

**UNIVERSIDAD DE MÁLAGA**



DEPARTAMENTO DE TRADUCCIÓN E INTERPRETACIÓN

FACULTAD DE FILOSOFÍA Y LETRAS

**LA LOCALIZACIÓN DE VIDEOJUEGOS (INGLÉS-ESPAÑOL):**

**ASPECTOS TÉCNICOS, METODOLÓGICOS Y PROFESIONALES**

---

Tesis doctoral

de

LUCILA MARÍA PÉREZ FERNÁNDEZ

**MÁLAGA – 2010**



**UNIVERSIDAD DE MÁLAGA**



DEPARTAMENTO DE TRADUCCIÓN E INTERPRETACIÓN

FACULTAD DE FILOSOFÍA Y LETRAS

**LA LOCALIZACIÓN DE VIDEOJUEGOS (INGLÉS-ESPAÑOL):**

**ASPECTOS TÉCNICOS, METODOLÓGICOS Y PROFESIONALES**

---

Tesis doctoral

de

LUCILA MARÍA PÉREZ FERNÁNDEZ

**MÁLAGA – 2010**





## INFORME RAZONADO Y CERTIFICADO DE LOS DIRECTORES DE LA TESIS

### DOCTORAL DE Doña LUCILA MARÍA PÉREZ FERNÁNDEZ

Los abajo firmantes, Dr. Emilio Ortega Arjonilla, profesor titular de Universidad del Departamento de Traducción e Interpretación de la Universidad de Málaga, actuando en calidad de Director de la tesis doctoral de Doña LUCILA MARÍA PÉREZ FERNÁNDEZ; y el Dr. Miguel Ángel Candel Mora, profesor titular de Universidad de la Universidad Politécnica de Valencia, actuando en calidad de Codirector de la tesis doctoral de Doña Lucila María Pérez Fernández, HACEN CONSTAR:

1. Que Doña LUCILA MARÍA PÉREZ FERNÁNDEZ, ha realizado su tesis doctoral bajo nuestra dirección.
2. Que la citada tesis doctoral lleva por título el siguiente: *La localización de videojuegos (inglés-español): aspectos técnicos, metodológicos y profesionales.*
3. Que, una vez revisada por nosotros, esta Tesis Doctoral es apta para su depósito y posterior lectura y defensa públicas en la Universidad de Málaga.

Lo que firman a los efectos oportunos, en Málaga, a 21 de mayo de 2010.

Fdo. Dr. Emilio Ortega Arjonilla  
Director de la Tesis Doctoral

Fdo. Dr. Miguel Ángel Candel Mora  
Codirector de la Tesis Doctoral

UNIVERSIDAD DE MÁLAGA



UNIVERSIDAD DE MÁLAGA



DEPARTAMENTO DE TRADUCCIÓN E INTERPRETACIÓN  
FACULTAD DE FILOSOFÍA Y LETRAS

**LA LOCALIZACIÓN DE VIDEOJUEGOS (INGLÉS-ESPAÑOL):  
ASPECTOS TÉCNICOS, METODOLÓGICOS Y PROFESIONALES**

---

**Tesis doctoral**

de

**LUCILA MARÍA PÉREZ FERNÁNDEZ**

Vº Bº Director de la Tesis Doctoral

Vº Bº Codirector de la Tesis Doctoral

Fdo. Emilio Ortega Arjonilla

Fdo. Miguel Ángel Candel Mora

Autora de la Tesis Doctoral

Fdo. Lucila María Pérez Fernández

**MÁLAGA — 2010**









## ÍNDICE

1.	INTRODUCCIÓN	15
1.1.	Justificación y necesidad del estudio.	18
1.2.	Objetivos.	20
1.3.	Hipótesis.	22
1.4.	Metodología.	23
1.5.	Estructura de la tesis doctoral.	24
2.	ANTECEDENTES	27
2.1.	Estudios de traducción.	29
2.2.	Antecedentes de la localización.	52
2.2.1.	GILT	57
2.2.1.1.	Localización.	58
2.2.1.2.	Internacionalización.	64
2.2.1.3.	Globalización.	65
2.2.2.	Tipos de localización.	67
2.2.3.	Situación actual del estudio de la localización.	69
3.	VIDEOJUEGOS.	73
3.1.	Evolución histórica de los videojuegos.	77
3.1.1.	Implantación en España.	101
3.2.	Propuestas de clasificación de los videojuegos.	112
3.2.1.	Tipos de videojuegos según la interfaz.	113
3.2.2.	Tipos de videojuegos según la temática.	117
3.2.3.	Tipos de videojuegos según los usuarios.	125

4.	LA LOCALIZACIÓN DE VIDEOJUEGOS.	145
4.1.	Localización de software vs. localización de videojuegos.	151
4.2.	Aspectos localizables de un videojuego.	156
4.3.	Fases del proceso de localización de videojuegos.	160
4.4.	Peculiaridades traductológicas de la localización de videojuegos.	161
4.4.1.	Aspectos lingüísticos	165
4.4.2.	Aspectos culturales	175
4.4.3.	Aspectos extralingüísticos	201
4.4.4.	Aspectos técnicos	209
5.	APLICACIÓN DEL MODELO TRADUCTOLÓGICO AL VIDEOJUEGO HARRY POTTER Y LA PIEDRA FILOSOFAL.	217
5.1.	Aspectos lingüísticos.	230
5.1.1.	Interjecciones.	230
5.1.2.	Onomatopeyas.	232
5.1.3.	Traducción de los sintagmas nominales complejos ingleses.	233
5.1.4.	Adjetivos.	234
5.1.5.	Signos de puntuación.	235
5.1.6.	Mayúsculas.	236
5.1.7.	Repetición de letras.	237
5.1.8.	Abreviaturas.	237

5.1.9.	Aliteración.	238
5.1.10.	Anagramas.	239
5.1.11.	Diferencias en cuanto al género de algún sustantivo.	240
5.1.12.	Registro y estilo.	241
5.2.	Aspectos culturales.	243
5.2.1.	Nombres propios.	243
5.2.1.1.	Antropónimos.	244
5.2.1.2.	Nombres de animales.	262
5.2.1.3.	Nombres de fantasmas.	265
5.2.1.4.	Nombres de seres fantásticos.	267
5.2.1.5.	Topónimos y nombres de lugares.	270
5.2.1.6.	Nombres de objetos.	284
5.2.1.7.	Nombres de hechizos y pociones.	289
5.2.1.8.	Títulos de libros.	291
5.2.2.	Sistema educativo.	292
5.2.3.	Comida.	293
5.2.4.	Criaturas fantásticas.	295
5.2.5.	Mitos y leyendas.	297
5.2.6.	Neologismos.	300
5.2.7.	Léxico dialectal y acentos.	304
5.2.8.	Humor.	305
5.2.9.	Iconos.	306
5.2.10.	Formatos de números.	315

5.2.11. Aspectos legales.	318
5.2.12. Otro tipo de referencias culturales.	319
5.3. Aspectos extralingüísticos.	322
5.3.1. Doblaje.	322
5.3.2. Subtitulado.	322
5.3.3. Música.	322
6. ANÁLISIS DE RESULTADOS DE LA APLICACIÓN DEL MODELO TRADUCTOLÓGICO.	325
7. PROPUESTA DIDÁCTICA.	333
7.1. Estado de la cuestión.	335
7.2. Objetivos de la propuesta didáctica.	337
7.3. Propuesta metodológica.	337
7.4. Metodología docente.	393
7.5. Evaluación de la asignatura.	393
7.6. Requisitos para la docencia.	394
8. CONCLUSIONES.	397
9. BIBLIOGRAFÍA.	407

**CAPÍTULO 1:**  
**INTRODUCCIÓN**





A lo largo de la historia se ha producido una evidente evolución, tanto en la actividad de la traducción como en los enfoques que se han venido desarrollando para dar cuenta de su estudio. El siglo XX trajo consigo importantes avances tecnológicos que han dado lugar a nuevas formas de comunicación y de entretenimiento. Estos avances y la consecuente creación de nuevos productos también han repercutido en otras áreas, entre ellas la de la traducción, disciplina que ha visto expandidos sus límites, con el surgimiento de nuevas ramas de estudio que, a su vez, han dado lugar al nacimiento de un nuevo perfil profesional de la traducción: el localizador.

En la actualidad, muchos de los adelantos tecnológicos, como las páginas web, los productos informáticos o los videojuegos constituyen una parte importante de nuestra vida diaria, al igual que la literatura, el cine o la televisión. Si tomamos como ejemplo el caso de los hablantes de español, observamos que éstos, por lo general, han tenido acceso a la mayor parte de los productos audiovisuales tradicionales (cine, programas de TV, etc.) en su lengua materna, en muchos casos traducidos, por lo tanto no debe sorprendernos que tengan las mismas expectativas con respecto a los nuevos productos (videojuegos, páginas web, productos informáticos, etc.).

Si los Estudios de Traducción constituyen una disciplina relativamente nueva, el estudio de la localización lo es aún más. Hasta ahora la mayor parte de las definiciones de la localización provenían del ámbito empresarial e industrial, existiendo una laguna evidente en lo que concierne al estudio de la localización desde una perspectiva académica de corte traductológico.

Con el fin de delimitar los límites de nuestra investigación, decidimos enfocar nuestro trabajo hacia un tipo de localización concreta, la localización de videojuegos, por tratarse de la única rama de la localización que, hasta la fecha, no ha sido estudiada en profundidad desde un punto de vista académico, salvo honrosas excepciones en las que no se pretende realizar una sistematización sobre el objeto de estudio.

En España la localización de videojuegos es una actividad reciente pero cada vez más arraigada, debido al gran éxito que ha cosechado esta forma de entretenimiento dentro del mercado audiovisual español, con un 57% de cuota de mercado.

### **1.1. Justificación y necesidad del estudio**

Resulta evidente que los avances tecnológicos de los que hablábamos han marcado la evolución de diferentes campos del saber, entre ellos el de la traducción. Sin embargo, a pesar de la importancia relativa que la localización ha ido adquiriendo en nuestra sociedad, la reflexión teórica en torno a esta modalidad de traducción es prácticamente inexistente, sobre todo desde un punto de vista académico, excepción hecha, en el contexto español, de alguna revista especializada (p.ej., *Tradumàtica*), que incluyen artículos sobre esta modalidad de traducción y de alguna tesis doctoral que versa sobre localización (de software, de páginas web, etc.).

Durante la elaboración del presente trabajo hemos podido comprobar que, frente a la bibliografía consolidada que existe sobre otros ámbitos de la

traducción especializada (traducción jurídica, traducción científico-técnica, traducción literaria, etc.), en el campo de la localización existe un vacío académico considerable en lo que concierne a la publicación de monografías traductológicas que aborden, de forma específica, el ámbito de la traducción-localización de videojuegos, excepción hecha, de nuevo, de alguna publicación electrónica (autoedición) sobre la práctica de la traducción de videojuegos. A este respecto, en muchos casos hemos tenido que recurrir para documentarnos, a veces de forma casi exclusiva, a artículos publicados en revistas del sector profesional de la localización, no siempre vinculadas al ámbito académico.

Si bien la bibliografía disponible, como apuntábamos más arriba, es escasa; en el caso de España, ésta es casi testimonial, dado que los autores que escriben o publican artículos sobre este tema no suelen ser de origen español y/o no escriben sus artículos en esta lengua (cf. Bibliografía de Referencia de esta tesis doctoral).

En el año 2010 apenas encontramos estudios sobre localización en el ámbito de la investigación académica. Así, como veremos más adelante, tras consultar la base de datos de tesis publicadas en las universidades españolas, tan sólo tenemos constancia de dos trabajos de investigación enfocados hacia el ámbito de la localización, uno de ellos centrado en la localización de software y otro en la localización de páginas web.

No cabe duda de que estos trabajos, anteriormente citados, han contribuido a sentar las bases de la localización en el ámbito académico. No obstante, desde nuestro punto de vista, existe, hasta la fecha, un vacío

académico en otro de los ámbitos que conforman dicha rama de la traducción y que, en la actualidad, constituye una de las principales salidas profesionales de los estudios de Traducción e Interpretación: la localización de videojuegos.

Por lo tanto, el presente trabajo pretende seguir contribuyendo a la consolidación de la localización como subámbito específico dentro de los estudios académicos de la traducción e interpretación. Este trabajo se justifica, por tanto, por la necesidad de presentar una investigación original y, en la medida de lo posible, novedosa, poco investigada hasta la fecha en contexto académico, y que, paradójicamente, presenta una elevada demanda de expertos en la materia.

## **1.2. Objetivos**

A la vista de todo lo expuesto con anterioridad, los objetivos que nos planteamos en este trabajo de investigación son los siguientes:

1. Iniciar un proceso de sistematización, desde una perspectiva traductológica, de la información disponible sobre la localización, en general, y la localización de videojuegos, en particular.
2. Definir los principales términos que conforman el proceso GILT desde un punto de vista traductológico.
3. Proponer una tipologización de los diferentes tipos de localización que existen en función del producto traducido.
4. Analizar y clasificar los videojuegos desde el punto de vista traductológico.

5. Identificar los aspectos localizables de un videojuego.
6. Describir las fases que se suceden en el proceso de localización de un videojuego.
7. Describir y analizar las características que comparten entre sí la localización de software y la localización de videojuegos.
8. Realizar una clasificación de los aspectos lingüísticos, culturales, extralingüísticos y técnicos que resultan relevantes en la localización de un videojuego, tomando para ello como modelo de análisis un videojuego concreto de gran aceptación comercial entre los usuarios habituales de este tipo de productos de entretenimiento.
9. Analizar las peculiaridades de la localización de un videojuego que, en este caso, ha sido producido tomando como referencia una novela de gran repercusión social.
10. Realizar una propuesta didáctica específica para la enseñanza de la localización de videojuegos en contexto académico, orientada, en este caso, a la combinación lingüística inglés-español.
11. Realizar una aportación al estudio de la localización de los videojuegos, desde un punto de vista traductológico, y contribuir a la consolidación de este ámbito de la traducción como una rama con entidad propia que requiere ser incorporada, con urgencia, tanto a los planes de estudio de formación de traductores como a los ámbitos traductológicos de investigación.

12. Concluir nuestro estudio con una serie de consideraciones que sean útiles para el desarrollo académico y profesional de este ámbito de la traducción.

### **1.3. Hipótesis del trabajo de campo**

Nuestro trabajo parte de cuatro hipótesis de trabajo:

1. Las libertades de trabajo de un localizador se ven restringidas cuando se enfrenta a un videojuego basado en un producto anterior, como en este caso una novela, puesto que estará obligado a respetar las soluciones adoptadas previamente en la traducción de ésta.
2. El concepto enunciado por Venuti (1995) de invisibilidad de la traducción se puede extrapolar perfectamente al ámbito de la localización en los casos en los que trabajamos con un videojuego creado a partir de otro producto previo (película, novela, etc.).
3. La creatividad asociada al perfil del localizador puede verse condicionada no sólo por restricciones de espacio o en función del destinatario al que vaya dirigido, sino también por las soluciones adoptadas por los traductores del producto a partir del cual surge el videojuego.
4. Cuando en la traducción del producto original que da lugar al videojuego existe una evidente pérdida de referencias culturales, por cuestiones de fidelidad, será casi imposible que el localizador logre subsanar este problema, al verse obligado a mantener una coherencia entre sus

soluciones y las soluciones adoptadas por sus predecesores en el proceso de traducción.

#### **1.4. Metodología**

Dado que el carácter de nuestra investigación es eminentemente práctico, la metodología empleada ha sido inductiva y descriptiva. Las etapas que han jalonado la realización de este trabajo de investigación son las que se detallan a continuación.

1ª etapa: Establecimiento del estado de la cuestión y de la evolución de los estudios de traducción hasta el surgimiento de la localización como nueva rama de estudio.

2ª etapa: Selección de un videojuego concreto que constituyese el objeto de estudio de nuestro trabajo de campo. Puesto que uno de nuestros objetivos era la elaboración de una clasificación de diferentes aspectos relevantes durante la localización de un videojuego, optamos por elegir el videojuego *Harry Potter y la Piedra Filosofal*, basado en la novela del mismo título, tras comprobar la enorme carga cultural presente en la historia, lo que nos pareció muy interesante para nuestra investigación.

3ª etapa: Tras estudiar todo el material de nuestra investigación, alineamos los textos del libro en inglés, el libro en español y el guión del videojuego con el fin de observar mejor las diferencias y similitudes presentes entre las dos versiones meta.

4ª etapa: Extracción de datos significativos para nuestra investigación, que fuesen representativos de las dificultades que caracterizan a la localización y traducción de videojuegos.

5ª etapa: Análisis de resultados de nuestro trabajo de campo.

6ª etapa: Elaboración de una propuesta didáctica enfocada hacia la formación de los alumnos en el ámbito de la localización de los videojuegos basada en los aspectos más relevantes extraídos de nuestro trabajo de campo.

7ª etapa: Extracción de conclusiones de nuestra investigación, entendida como un todo, y orientada tanto al desarrollo de la didáctica como a la consolidación de la localización de videojuegos como ámbito de estudio traductológico.

## **1.5. Estructura de la tesis doctoral**

El presente trabajo se divide en las siguientes partes:

El **capítulo 1** lo dedicaremos a la reflexión teórica sobre traducción, abordando aspectos como los orígenes de la actividad o la evolución de su teorización hasta la actualidad, incidiendo, en la época contemporánea, en el estudio del nacimiento de una de sus ramas aplicadas más novedosas: la localización.

El **capítulo 2** se centrará en el nacimiento y la evolución de la localización. En él abordaremos los procesos interdependientes que conforman el proceso GILT y trataremos de definirlos desde una perspectiva traductológica. Asimismo elaboraremos una propuesta de tipos de localización en función del producto



traducido y haremos una presentación del estado de la cuestión en lo que respecta al estado actual del estudio de la localización.

El **capítulo 3** servirá de apartado introductorio del campo sobre el que versará nuestra investigación. Se trata de un capítulo de carácter teórico, que se complementará con el trabajo de campo. Comenzaremos este capítulo realizando un breve repaso de la evolución de los videojuegos a lo largo de los años, dedicando un subapartado a la implantación de esta forma de entretenimiento en España. A continuación, presentaremos las clasificaciones de videojuegos que, a nuestro parecer, resultan más interesantes desde el punto de vista de la traducción.

A lo largo del **capítulo 4** nos centraremos en la localización de videojuegos, analizando las diferencias y similitudes existentes entre dicha modalidad de localización y la localización de software. Asimismo, presentaremos los aspectos localizables de un videojuego, las fases en las que se lleva a cabo el proceso de localización y las peculiaridades que encierra, desde un punto de vista traductológico, la localización de videojuegos.

El **capítulo 5** estará destinado a nuestro trabajo de campo, el análisis del videojuego *Harry Potter y la Piedra Filosofal* y su comparación con la versión española de la novela del mismo título.

En el **capítulo 6** presentaremos un análisis de los resultados obtenidos a partir de nuestro trabajo de campo.

A lo largo del **capítulo 7** presentaremos una propuesta didáctica enfocada hacia la enseñanza de la localización de videojuegos.

En el **capítulo 8** se presentan las conclusiones extraídas tras la finalización de nuestra investigación.

En el **capítulo 9** presentaremos toda la bibliografía consultada y citada a lo largo del presente trabajo.

## **CAPÍTULO 2:**

### **ANTECEDENTES**



## **2.1. Estudios de traducción**

Aunque el objetivo principal del presente trabajo de investigación tenga que ver con la localización de videojuegos, no podemos obviar que ésta forma parte del ámbito de la traducción.

Hemos dividido el presente capítulo de Antecedentes en dos apartados: uno dedicado a la traducción y otro a la localización. En el primero haremos un recorrido por la evolución de los Estudios de Traducción y comprobaremos cómo, a pesar de tratarse de una actividad muy antigua, su consolidación como disciplina es relativamente reciente, dentro del ámbito académico, a escala internacional.

El segundo apartado nos mostrará una nueva modalidad de traducción que, a pesar de la importancia que ha ganado en los últimos años, llegando a convertirse en uno de los sectores con mayor demanda de profesionales, carece de importancia dentro del ámbito académico y la teorización en torno a ella es prácticamente inexistente.

Antes de abordar estos dos apartados, consideramos oportuno resaltar el hecho de que la concepción del término “traducción” está marcada por la polisemia. A lo largo de la historia, multitud de autores han ido concibiendo la traducción de diversas maneras y proponiendo distintas definiciones de esta actividad, lo que ha llevado a la consolidación de varios enfoques. Entre éstos destacan los siguientes: enfoque textual, enfoque comunicativo y enfoque cognitivo.

- Enfoque textual: se concibe la traducción como una operación textual. Algunos de los autores que han elaborado definiciones de traducción desde esta perspectiva son Catford (1965), Mounin (1976) y House (1977).

The replacement of textual material in one language (SL) by equivalent textual material in another language (TL) (Catford 1965:20)

Ce mot désigne aujourd'hui le passage d'un texte écrit d'une langue dans une autre (Mounin 1976: 90).

Translation is the replacement of a text in the source language by a semantically and pragmatically equivalent text in the target language (House 1977: 29-30).

- Enfoque comunicativo: se tienen en cuenta los elementos socioculturales que rodean la traducción y la finalidad a la que ésta va destinada. Como ejemplos ofrecemos algunos extractos de las aportaciones de Nida y Taber (1969), Hatim y Mason (1990) y Reiss y Vermeer (1984).

Translating consists in reproducing in the receptor language the closest natural equivalent of the source-language message, first in terms of meaning and secondly in terms of style (Nida y Taber 1969:12).

Communicative process which takes place within a social context (Hatim y Mason (1990:3).

El principio dominante de toda traslación es su finalidad (Reiss y Vermeer 1984/1996:80).

- Enfoque cognitivo: se estudia la traducción en relación con los procesos mentales que realiza el traductor durante el proceso de traducción.

Traduire signifie transmettre le sens des messages que contient un texte et non convertir en une autre langue la langue dans laquelle il est formulé (Seleskovitch y Lederer 1984:256).

The schematic model of translation is one in which a message from a source-language passes into a receptor-language via a transformational process (Steiner 1975:29).

Translation is an abstract exercise in analysis and synthesis (Delisle 1988:7).

Como indica Hurtado (2001:40), esta diversidad de definiciones no hace sino dar cuenta de la complejidad que encierra la traducción, al tiempo que permite identificar los rasgos que la caracterizan: texto, acto de comunicación y actividad cognitiva. Nosotros coincidimos con esta autora en que para que una definición de traducción esté completa debe incluir, necesariamente, esas tres características. La perspectiva textual porque la traducción se ejerce sobre textos y en ella tiene lugar la transformación de un texto redactado en lengua A en un texto en lengua B; la componente comunicativa porque toda traducción tiene lugar en una situación comunicativa y constituye en sí misma un acto de comunicación. Y el componente cognitivo, puesto que toda traducción implica un proceso interpretativo, de comprensión y hermeneúutico.

Una vez presentadas algunas de las definiciones que el término “traducción” ha recibido en el marco de los Estudios contemporáneos de Traducción, procedemos a realizar un recorrido somero por la evolución que los Estudios de Traducción han recibido a lo largo de la historia.

Al igual que Bassnett-McGuire (1980:39), pensamos que ninguna introducción al Estudio de la Traducción estará completa si no se realiza una aproximación a la disciplina desde una perspectiva histórica. Somos conscientes de que un estudio de la historia de la traducción exhaustivo y en profundidad se escapa de los límites del presente trabajo. Sin embargo, consideramos interesante y necesario dedicar al menos un capítulo a la evolución de la traducción con el fin de mostrar el papel decisivo que la traducción ha

desempeñado en algunos momentos de la historia y así poder, posteriormente, centrarnos en una de sus ramas más recientes y sobre la que versará nuestra investigación: la localización.

La necesidad de la traducción había surgido ya, según el relato bíblico (Génesis, Cap.11)— objeto de posibles interpretaciones no siempre coincidentes entre sí—, durante la construcción de la torre de Babel, con la que los hombres pretendían llegar al cielo fruto de la soberbia del género humano. Como castigo, Dios los dispersó sobre la faz de la Tierra y confundió sus lenguajes, de forma que no fuesen capaces de entenderse entre sí y así cesasen en su empeño de emular a Dios. Así, al desaparecer la lengua universal, cada vez que surgía la necesidad de comunicación entre diferentes pueblos, debía recurrirse a la traducción oral, actividad que hoy en día conocemos con el nombre de “interpretación”.

Otro de los acontecimientos que narra la Biblia (Hechos de los apóstoles, cap.2) tuvo lugar el día de Pentecostés, cuando unas lenguas como de fuego se posaron sobre cada uno de los apóstoles y éstos comenzaron a hablar en distintas lenguas. De esta forma podrían llevar la palabra de Dios a todos los pueblos.

Dejando a un lado los relatos míticos o legendarios, que, por otro lado, tienen su relevancia puesto que muchas de las aportaciones que se realizarán a lo largo de la historia vendrán basadas en traducciones de la Biblia y textos religiosos, la traducción cuenta, como actividad humana, con una historia propia que se desarrolla a lo largo de los siglos (Santoyo 1987:7).



Uno de los primeros ejercicios de traducción de los que se tiene constancia es el de la Piedra de Rosetta, la cual data del siglo II a.C., pero que no fue descubierta hasta el año 1799. La piedra contenía un mismo texto (el Decreto de Menfis que data del año 196 a.C.) en tres lenguas: jeroglíficos, demótico y griego clásico y su hallazgo resultó ser una pieza clave para poder descifrar los primeros (Nida 1964:11) dando lugar, de este modo, a la egiptología moderna. La traducción se consiguió gracias a los trabajos de Thomas Young, un físico británico, y de Jean-François Champollion, un egiptólogo francés. Young consiguió deducir el valor fonético de algunos signos jeroglíficos escritos en la Piedra que hacían referencia a nombres no egipcios, como Ptolomeo, pero no fue capaz de averiguar su significado jeroglífico. Tuvo que ser Champollion, gracias a su conocimiento de la lengua copta, el que consiguiese resolver el enigma tras compilar una lista de signos egipcios con sus correspondientes equivalentes griegos fonéticos y jeroglíficos. Desde 1802 esta Piedra se halla expuesta en el *British Museum* de Londres.

Sin embargo, a pesar de que la actividad translativa, tanto oral como escrita, es una de las más antiguas de la historia de la Humanidad y se remonta a varios milenios antes de Cristo (Ballard 1992:38, Hoof 1991:7, Vega 2004:21,) su teorización y consideración como disciplina académica ha sido reciente y se remonta a la segunda mitad del siglo XX.

La denominación de la disciplina ha suscitado una polémica bastante recurrente. Como indica Hurtado (2001:133), en español pese a que la más extendida parece ser “Teoría de la traducción” o “Traductología”, el empleo de

otras denominaciones también es bastante frecuente. En 1972, James S. Holmes dibuja el mapa de una disciplina que denominó “Estudios de Traducción” (*Translation Studies*) y que estaría dividida en dos ramas de las que hablaremos más adelante.

The two branches of pure translation studies concerning themselves with these objectives can be designated *descriptive translation studies* (DTS) or *translation description* (TD) and *theoretical translation studies* (ThTS) or *translation theory* (TTh) (Holmes 1972: 176).

No obstante, antes de que Holmes elaborara el “mapa” de los estudios de traducción, diversos autores habían reflexionado ya acerca de esta actividad. Buena parte de los autores más relevantes (Steiner 1975, 1992:248, Mounin 1971:309, Bassnett-McGuire 1980:43, Santoyo 1987:8, Bell 1991:7, Hurtado 2001: 105, Qvale 2003:9, Ballard 1992:39) coinciden en señalar a Cicerón (s.I a.C) como el autor de la primera reflexión sobre la traducción. En su obra *De optimo genere oratorum* (46 a.C.) muestra su rechazo a la traducción palabra por palabra abogando por la traducción sentido por sentido (Qvale 2003:9) comenzando, de esta forma, el debate traducción literal vs traducción libre que se prolongará en el tiempo (Hurtado 2001: 103).

Al final del siglo IV, otro de los precursores de la teoría de la traducción, San Jerónimo, recibe el encargo papal de corregir los errores, unificar y consolidar el texto latino a partir del texto griego del Nuevo Testamento (Campos y Ortega 2005:281). San Jerónimo se marca el objetivo de hacer una traducción más exacta pero, a la vez, de más fácil comprensión que las anteriores, por lo que para su elaboración utilizó el latín vulgar en lugar del latín

clásico. Esta nueva versión, denominada “Vulgata”, toma su nombre de la frase *vulgata editio* (edición para el pueblo).

Como resultado teórico de su continua actividad traductora, San Jerónimo legaría a la posteridad la carta fundacional de la traductología, dirigida a uno de sus discípulos, de nombre Pammaquio. Se trata del primer ensayo teórico sobre la traducción, y en ella expone los métodos que siguió a la hora de realizar la traducción, dando lugar a la primera poética de la traducción *De optimo genere interpretandi* o “De la mejor manera de traducir” (Vega 2004:24). En ella retoma el debate abierto por Cicerón y de nuevo distingue dos formas de traducir: traducción basada en el sentido y traducción literal (que en su opinión tan sólo debería aplicarse cuando se trabaja con textos sagrados) (Ballard 1992:46).

Sus ideas servirán de modelo a posteriores generaciones de traductores y serán usadas a lo largo de las diferentes épocas para dar impulso al estudio de la traducción.

Como indica Steiner (1975, 1992:248), la característica principal de este periodo es el hecho de que las aportaciones hechas por los estudiosos tienen un enfoque empírico, puesto que están basadas directamente en la experiencia de los autores a la hora de llevar a cabo la práctica de la traducción.

The literature on the theory, practice, and history of translation is large. (...) Nevertheless, the main characteristic of this first period is that of immediate empirical focus (Steiner 1975, 1992:248).

Tras este periodo de reflexión, y siguiendo la división de la historia de la traducción (en cuatro períodos) realizada por Santoyo (1987:8-10) comienza el periodo de teorización. Según este autor, las obras que dan comienzo a esta

nueva etapa son las de Alexander F. Tytler (*Essay on the Principles of Translation*, 1791) y Friedrich Scheleiermacher (*Ueber die vershiedenen Methoden des Uebersetzens*).

No obstante, antes de la aparición de estas obras, la importancia de la traducción había seguido expandiéndose.

Entre los siglos XII y XIII se desarrolla en Toledo un fenómeno cultural conocido como Escuela de Traductores (extraído de la página web de la Escuela de Toledo). No se trataba de un centro educativo, sino de un grupo de traductores e intérpretes que convivieron durante casi dos siglos (Santoyo 1999:73), trabajando juntos en dos periodos. El primero bajo las instrucciones del arzobispo don Raimundo, durante el cual se encargaron de trasladar a Europa obras de filosofía y religión del árabe al latín, así como obras de origen oriental. Y un segundo período, ya en el siglo XIII, con la llegada de Alfonso X en el que se dedicaron a traducir tratados de astronomía, física, alquimia y matemáticas.

También en el siglo XIII, el rey Alfonso X crea otra escuela similar a la anterior, esta vez en Sevilla y que pasará a conocerse como “Escuela alfonsí”. En ella colaboraban cuatro personas, que además de ser especialistas desde un punto de vista lingüístico, también lo eran de las materias que traducían (Campos y Ortega 2005:281).

A lo largo del siglo XIV se produce en España un cambio significativo en lo relativo a las traducciones: el árabe deja de ser la lengua principal objeto de traducción y es sustituido por el latín, el griego y las lenguas romances del entorno geográfico (Santoyo 1999:36).

En el siglo XV, la aparición de la imprenta de la mano de Gutenberg, termina con las limitaciones de la comunicación oral y hace posible que las aportaciones de los estudiosos de la época perduren en el tiempo y tengan una mayor difusión geográfica. Este nuevo desarrollo tecnológico causará un gran impacto en el ámbito social, cultural y, por supuesto, en el de la traducción (Llácer 1997:4). La cultura llega a un mayor número de personas (Llácer 1997:4), el volumen de traducciones aumenta (Bassnett-McGuire 1980:54) y personajes, tanto del mundo religioso como cultural, hacen incursiones en el campo de la “teorización” sobre la traducción (Llácer 1997:4). Algunos de estos autores son: Martín Lutero (primer traductor de la Biblia al alemán), el clérigo Fray Luis de León o Juan Luis Vives (Campos y Ortega 2005:282-283, Llácer 1997:4-5).

Cabe también destacar la aportación del humanista francés Etienne Dolet en este período: el libro *La manière de bien traduire d’une langue en autre* en el que rechaza la traducción literal (Vega 2004:35) y enuncia cinco principios de la traducción (Qvale 2003:11). Resulta cuanto menos paradójico, que este mismo autor fuese más tarde condenado a la hoguera por haber traducido “mal” el diálogo *Axiochos* de Platón.

En el siglo XVI se publica el primer tratado de traducción (Steiner 1975, 1992:277), obra del inglés Lawrence Humphrey, de más de 600 páginas, bajo el nombre de *Interpretatio* (Ballard 1992:128). Este siglo será testigo también de la traducción de la Biblia a numerosas lenguas europeas (Bassnett-McGuire, 1980:48), debido a la expansión del cristianismo que tuvo lugar en esa época.

El siglo XVII se caracteriza por la afirmación del gusto francés mediante un tipo de traducción denominada “las bellas infieles” (Mounin 1965:45), definida por Gilles Ménage, quién criticando el estilo libre de las traducciones de Nicolas Perrot d’Ablancourt afirma: “Elles me rappellent une femme que j’ai beaucoup aimé à Tours, et qui était belle mais infidèle”(Hoof 1991:48-49). La característica fundamental de este importante movimiento es la voluntad de imitar a los clásicos reivindicando el derecho a la modificación en pro del buen gusto (Hurtado 2001: 110), es decir, realizar adaptaciones mediante las cuales los traductores se adecuen a los gustos de la época, aunque el texto traducido se aleje del original.

Sin embargo, a partir de la segunda mitad del siglo XVII se produce una corriente crítica de la mano de los detractores del movimiento de las bellas infieles, como André Dacier y su esposa Anne Lefèvre (más conocida como Madame Dacier), así como de los traductores de Port-Royal (Hoof 1991:51-173), que reclaman mayor exactitud y fidelidad al original (Hurtado 2001: 110)

Por otro lado, debemos también destacar la enorme actividad traductora que se llevo a cabo en Inglaterra durante esa época. Uno de los autores más relevantes es John Dryden (1680), quien en su *Prefacio a las Epístolas de Ovidio* clasificó los problemas de la traducción (Steiner 1975/1992:267) en tres tipos: “metafrase” o traducción palabra por palabra; “parafrase” o traducción del sentido e “imitación”, donde el traductor se toma la libertad no sólo de cambiar las palabras y el sentido, sino de abandonarlos cuando se le presenta la ocasión.

Es también en esta etapa cuando se empiezan a elaborar útiles de traducción como gramáticas comparadas y, sobre todo, diccionarios (Vega 2005:75).

El siglo XVIII nos trae una serie de importantes reflexiones teóricas en torno a la traducción (Pegenaute 1996:23). Las más relevantes son las obras a las que hacía referencia Santoyo (1987:8-10) y que, como vimos anteriormente, daban paso, en su opinión, a la etapa de teorización.

La obra más destacada es la de Alexander Fraser Tytler (1791), *Essay on the principles of Translation*, en la que éste establece los tres principios básicos de la traducción. Ésta deberá conferir una transcripción completa de la idea de la obra original, el estilo y la forma de escribir tendrán el mismo carácter de original, y la traducción presentará una fluidez similar a la del original (Llácer 1997:7). Este ensayo se convertirá en una obra de referencia en el campo de la reflexión teórica sobre traducción y, como indica Bell (1991:10), sentará las bases del trabajo posterior de otros autores.

Por su parte, Friedrich Schleiermacher, de origen alemán, defiende la extranjerización de la traducción y en su obra “Über die verschiedenen Methoden des Übersetzens”(Sobre los diferentes métodos de traducir) propone la creación de una sublengua para uso exclusivo en la literatura traducida (Bassnett-McGuire 1980:67).

A principios del siglo XIX, J.W. Goethe, representante del pensamiento clásico alemán sobre traducción, publica su ensayo de título “Übersetzungen” en el que describe los tres estadios que todo sistema literario debería seguir para alcanzar el ideal de la traducción (Llácer 1997:8). El primero sería el

acercamiento al destinatario de la traducción, el segundo la tradición francesa y el tercero la perfecta identidad entre original y traducción (Hurtado 2001: 117). De acuerdo con Goethe, el último estadio correspondería a la más alta modalidad de la traducción (Llácer 1997:53).

Cabe también destacar la aportación de Wilhelm von Humboldt, cuya introducción a la traducción de Agamenón se convertiría en la carta magna de la moderna teoría de la traducción (Vega 2005:83). En ella, este autor se cuestiona la posibilidad del hecho traductor y considera que las lenguas vienen determinadas por las vivencias y las formas de entender el mundo de cada comunidad (Pegenaute 1996: 23). Asimismo, este autor será reconocido en España, entre otras razones, por sus estudios sobre la lengua vasca.

A partir de aquí nos adentramos ya en el siglo XX, periodo de gran importancia para la traducción, que, de hecho, ha sido denominado como “la era de la traducción” (Hurtado 2001: 118)

Durante la primera mitad del siglo aumentan las publicaciones de carácter teórico con textos de gran relevancia para el ámbito de la traducción como *Die Aufgabe des Übersetzers*, de Walter Benjamin; *Miseria y esplendor de la traducción*, de José Ortega y Gasset; *Breve teoría de la traducción*, de Francisco Ayala y *Sous l’invocation de Saint Jérôme*, de Valéry Larbaud (Hurtado 2001: 118), pero la mayoría de los estudios teóricos se producirán durante la segunda mitad del siglo, tras la finalización de la Segunda Guerra Mundial, que supuso nuevos cambios en el panorama político internacional: las viejas potencias (Alemania, Gran Bretaña, Francia) pierden su papel predominante y se produce



el surgimiento de dos nuevas potencias (EEUU y URSS) que se verán envueltas en otro conflicto ideológico y político (capitalismo vs comunismo), conocido como La Guerra Fría, en el que competirán para hacerse con el título de mayor potencia mundial. La creación de Organismos internacionales como la ONU, la puesta en marcha de un Programa de Recuperación Europea (conocido como Plan Marshall) y el objetivo de lograr un mayor entendimiento entre los pueblos, exige la dotación y formación de expertos en traducción e interpretación (Llácer 1997:11). Surgen así, los primeros centros universitarios especializados en Traducción e Interpretación (ETI de Ginebra, en 1941; ILMH e ISTI de Bruselas, en los años 50 del pasado siglo; ESIT e ISIT en París, también en los años 50 del pasado siglo) y se empieza a desarrollar una labor académica de estudio sobre la traducción e interpretación (investigación, publicación de manuales, aparición de revistas especializadas, etc.).

Esta nueva etapa de investigación será llevada a cabo sobre todo por teóricos pertenecientes al campo de la lingüística. Uno de los trabajos más influyentes de este período será el publicado en 1958 por Jean-Paul Vinay y Jean Darbelnet (Venuti 2000:69), pertenecientes a la Escuela Canadiense, bajo el título de *Stylistique comparée du français et de l'anglais. Méthode de traduction*. En esta obra, en la que parten de los trabajos previamente realizados por Charles Bally y Saussure (Mounin 1976:228), se centran en lo que denominan *genies différents* (1958:20) y realizan una clasificación y descripción de las diferencias y similitudes entre las dos lenguas. Lo más característico de esta obra es, probablemente, la distinción propuesta por los autores, entre dos tipos de

traducción (1958/1977:46): traducción literal y traducción oblicua, para las que enumeran una serie de procedimientos de traducción, tras observar la existencia de “lagunas” (1958/1977:46): en la lengua meta, dependiendo del tipo de traducción objeto de realización. Estos procedimientos serían (1958/1977:47): préstamo, calco y traducción literal para el primer tipo de traducción, mientras que para el segundo tipo se aplicarían la transposición, modulación y la equivalencia.

Durante esta época el concepto de equivalencia se impondrá como foco de interés entre los lingüistas. Como hemos visto, Vinay y Darbelnet lo incluían ya como uno de sus procedimientos de traducción, sin embargo, el primero en llevar a cabo una reflexión en profundidad en torno a este concepto será Jakobson (1959), perteneciente a la Escuela de Praga, quién considera que “Equivalence in difference is the cardinal problem of language and the pivotal concern of linguistics” (1959:114). Este autor distingue tres tipos de traducción (1959:114): “intralingual” (*rewording*), la que se da dentro de una misma lengua, “interlingual” (*translation proper*), la que se da entre dos lenguas, e “intersemiótica” (*transmutation*), la que se da entre sistemas de signos diferentes. Para Jakobson la equivalencia absoluta no existe en ninguno de esos tres tipos de traducción, sino que será tarea del traductor el trasladar el contenido del texto original a la lengua meta, garantizando de este modo la equivalencia.

Aunque Vinay y Darbelnet, por un lado, y Jakobson, por otro, fueron los primeros en usar el término “equivalencia”, la reflexión en torno a este concepto

será recurrente y así se puede observar en las aportaciones realizadas posteriormente por diversos autores. De acuerdo con Delisle (1988:38), una de las más influyentes será la llevada a cabo por Nida (1964:159), que propondrá una distinción entre dos tipos de equivalencia: equivalencia formal y equivalencia dinámica, distinción ésta que ha hecho escuela y ha marcado profundamente la reflexión teórica sobre este tema recurrente de la traductología contemporánea. Los estudios de Nida (a los que se incorpora algo después Taber) seguirán el camino del acercamiento lingüístico a la traducción. No obstante su enfoque incluye aspectos interculturales y semióticos de la traducción (Llácer 1997:23). Entre otras cuestiones introducen, como ya apuntáramos más arriba, el concepto de equivalencia dinámica (1969:24) y centran su interés en la figura del receptor, resaltando, de esta forma, la importancia que para la traducción tiene la “producción de efectos equivalentes” en los receptores del texto origen y del texto meta del proceso de traducción.

De alguna manera, estas aportaciones de Nida y Taber abren la puerta a nuevas consideraciones de la traducción, que van más allá de la estilística comparada de Vinay-Dalbernet y de los enfoques textuales de otros autores. Se inicia así el acercamiento “comunicativo” a la traducción, que dará lugar a distintos desarrollos según los autores (Newmark, Hatim y Mason, Vermeer y Reiss, etc.).

Según indica Ponce (2008:6), a partir de aquí el concepto de equivalencia seguirá siendo estudiado por diferentes lingüistas tales como Catford, Newmark o Reiss y Vermeer.

Catford (1965:27) presenta su dicotomía entre equivalencia textual y correspondencia formal y entre sus propuestas más importantes figura la concepción de lo que él denomina *shifts* ("*departures from formal correspondence in the process of going from the SL to the TL*") y que divide en dos categorías(1965:73): *level shifts* (cuando un elemento en LO perteneciente a un determinado nivel lingüístico posee un equivalente de traducción en LM perteneciente a otro nivel diferente) y *category shifts* (cuando el equivalente en LM conlleva un cambio de estructura, de clase, de unidad o intrasistémico con respecto al elemento en LO).

Las aportaciones de Catford serán posteriormente criticadas por Newmark (1981:19) quien considera que su trabajo no ha constituido contribución alguna a la teoría de la traducción, sino a la lingüística comparada. Este autor aborda el problema de la distancia entre texto en LO y texto en LM proponiendo dos tipos de traducción (1981:39): la traducción comunicativa y la traducción semántica.

En la década de los 70 se produce una de las aportaciones más relevantes en la disciplina. James S. Holmes, como indicábamos al inicio del presente capítulo, acuña el término *Translation Studies* (1972:175) por primera vez y clasifica el campo de la traducción, distinguiendo entre una rama pura y una aplicada. La rama pura estará además subdividida en estudios descriptivos

(*descriptive translation studies* o DTS) y estudios teóricos (*theoretical translation studies* o TTh). Para este autor (1972:176), la rama de los estudios descriptivos es la que establece un contacto más estrecho con el fenómeno empírico de la traducción y divide dicha rama en tres tipos de estudios: orientados al producto, orientados al proceso y orientados a la función.

Asimismo, Holmes (1972:183) destacó la importancia de considerar conjuntamente las dos ramas de los Estudios de traducción (pura y aplicada), haciendo referencia a la relación dialéctica existente entre ambas y al intercambio de materiales, métodos y hallazgos que se realizan entre una y otra. Holmes concluye, por tanto, que los Estudios de Traducción constituyen una disciplina independiente con identidad propia.

Otra de las aportaciones más novedosas de los 70 fue la realizada por George Steiner (1975:312-435), quién desarrolló la noción de “desplazamiento hermenéutico” (*hermeneutic motion*), concepto éste que usó para referirse al acto de extracción del significado y comprensión del texto que debe realizar el traductor a la hora de transferir un texto de una lengua a otra. Dicho desplazamiento estaría dividido en cuatro fases: la confianza inicial (1975:312) en la que el autor se acerca al texto considerando que hay algo que debe comprenderse; la agresión (1975:313) en la que el traductor se mete ya a trabajar en el texto; la incorporación (1975:314) en la que el traductor se apropia del texto y realiza importaciones tanto de significado como de forma, y la fase final, o de restauración del equilibrio (1975:415) entre traducción y texto original. Steiner sentará las bases de reflexión de autores contemporáneos como

Ortega (1996) y Duque (1994) que defienden la consideración de la traducción desde una perspectiva hermenéutica.

Tras estas primeras décadas de desarrollo contemporáneo de las teorías traductológicas (años 50-años 80) en las que, como hemos visto, primaron las teorías lingüísticas, formalistas y hermenéuticas, nos adentramos en una nueva etapa que se inicia a partir del “giro cultural”, el cual influirá en las distintas ciencias sociales desde finales de los años 70 hasta la actualidad, y en la que aparecerán otras teorías con nuevos enfoques.

Una de estas nuevas teorías es la Teoría del Polisistema presentada por el israelí Itamar Even-Zohar. Para la elaboración de dicha teoría, este autor tomará como base el pensamiento de los formalistas rusos y de la Escuela de Praga y su propósito será “the conception of a system as dynamic and heterogeneous” (Hermans 1999:106). Por aquel entonces, Even-Zohar ya colaboraba con Gideon Toury, quien siguiendo el modelo de su compañero propone un enfoque de la teoría de la traducción orientado al texto meta, puesto que considera que el fin último de la traducción es “to serve as a message in the target cultural-linguistic context, and in it alone”(1980:16). Toury (1980:63-64) disiente también de la idea tradicional de equivalencia y reformula el concepto afirmando que la traducción se rige por normas y son las normas las que determinan el tipo de equivalencia existente entre texto original y texto meta y en consecuencia las estrategias de traducción más apropiadas.

A partir de las aportaciones realizadas por Even-Zohar y Toury tienen lugar una serie de conferencias organizadas por la Asociación Internacional de

Literatura Comparada (Munday 2001:120). El grupo de autores que participaron en dichas jornadas pasó a ser conocido como “Escuela de la Manipulación” y su enfoque teórico se asemeja en gran medida a las teorías presentadas por los representantes de la Teoría del Polisistema, puesto que también utilizan la noción de “sistema” y se sitúan en la rama descriptiva de la traductología (Molina 2006:38).

En la década de los 80 surgen nuevas teorías cuyo objetivo es la tipología textual, como las de Katharina Reiss (1981), para la cual la traducción no se realiza entre lenguas, sino entre textos (Berenguer 1996:13) y la finalidad del texto de Hans J. Vermeer, quien introdujo el concepto de “skopos” en la traducción. De acuerdo con este autor, la finalidad de la traducción constituye el eje central del proceso traductor. Vermeer completará su estudio, en un trabajo conjunto, con Katharina Reiss en 1984, que llevará el título de *Grundlegung einer allgemeine Translationstheorie* (Fundamentos para una teoría funcional de la traducción) y en la cual postulan que “el principio dominante de toda traslación es su finalidad” (1984:80). De acuerdo con estos autores, para la traslación es válido el refrán según el cual “el fin justifica los medios” (1984:84), por lo que, siguiendo el principio de funcionalidad, los criterios seguidos por el traductor a la hora de transferir un texto en LO a LM vendrán dados por el “skopos”. La obra conjunta de Reiss y Vermeer (1984) sentará las bases del acercamiento funcionalista a la traducción.

Christiane Nord se basa en el acercamiento funcional (1991:4) a la traducción de Reiss y Vermeer (Vidal 1995:23) y amplía la teoría del escopo

añadiendo el concepto de “lealtad” (“...the translator is bound to maintain a certain loyalty towards the TT recipient”). De acuerdo con Nord (1991:29) la traducción depende de la compatibilidad entre el escopo o propósito de la traducción y el del TO. Difiere por tanto con Reiss y Vermeer para quienes el escopo de la traducción viene únicamente determinado por la función que pretende desempeñar el texto meta (Reiss y Vermeer 1984:84).

Otra de las aportaciones de Nord (1991:143) será la elaboración de un modelo de análisis textual en el que reúne los factores que hay que tener en cuenta a la hora de analizar un discurso.

En el año 1990 Hatim y Mason contribuyen al estudio de la traducción adoptando una perspectiva pragmática (Llácer 1997:36) y proponen un modelo de análisis textual basado en tres dimensiones (1990:57): la comunicativa, la pragmática y la semiótica que siempre estarán supeditadas a la cultura o ideología del contexto (Llácer 1997:36). Para estos autores la traducción constituye un acto de comunicación y consideran dicha actividad como un proceso y no como un producto (1990:3).

En 1997, Hatim y Mason (1997:205) presentan un modelo de competencia traductora que, como indica Waddington (1999:200), a pesar de las diferencias de enfoque contiene bastantes elementos en común con el elaborado por Nord (1991).

Nos situamos ya en los albores del siglo XXI, en el que diversos autores han seguido contribuyendo al estudio de la traducción. Predominan los enfoques basados en los estudios culturales, donde se enmarcan estudios sobre la



ideología de las traducciones, estudios de la relación entre género y traducción y estudios poscoloniales.

Tymoczko (2003) reflexiona sobre el lugar ideológico del traductor y concluye que éste no mantiene una posición neutral puesto que a la hora de tomar una decisión debe necesariamente posicionarse.

En lo que respecta a los estudios del género en traducción se crea un movimiento de teorías feministas con aportaciones como la de Flotow (1997) o Simon (1996). Como apunta Sales (2006:22), el principal objetivo que se proponen estas teorías es el de acabar con el sexismo lingüístico en el ámbito traductológico.

Entre los estudios poscoloniales destacan los escritos de autores como Niranjana (1992), Carbonell (1997), Bassnett y Trivedi (1999) o Spivak (2000). Esta última autora, perteneciente al llamado Tercer Mundo, será la que haga confluir las teorías feministas con las postcoloniales.

Entre otras de las aportaciones contemporáneas figuran las de Calzada (2002:78), quien propone la inversión de la relación del traductor con la cultura que lo rodea pasando, por lo tanto, del estudio de la cultura como medio de acercamiento a los procesos y productos de la traducción a la descripción de los fenómenos culturales a partir de las propias experiencias traductológicas. Esta autora considera que debemos continuar buscando inspiración en otras áreas y defiende “la intrusión” de nuestros Estudios en otros campos.

Por su parte, Ortega (2002) engloba la teoría de la traducción dentro de la teoría de la comunicación y considera que sería necesario emprender un debate

ideológico dentro del ámbito de la teoría y práctica de la comunicación en general. Este autor es consciente de la evolución que ha sufrido la comunicación en sus formas y recalca la importancia de una versatilidad más acentuada por parte del traductor. Nosotros coincidimos con Ortega en estas afirmaciones, puesto que la diversidad de factores que intervienen en el proceso traslativo, unida a los nuevos géneros de traducción que no se ajustan al concepto tradicional del texto requieren, sin lugar a dudas, el planteamiento de nuevas metodologías y la revisión de los principios de la Teoría General de la Traducción, con el fin de incluir la reflexión en torno a nuevas áreas concretas de traducción.

De acuerdo con Santoyo (1987:7), el paso de una etapa a otra a lo largo de toda la historia de la traducción se producirá siempre como consecuencia de la aparición de un nuevo factor que, sin suprimir nada de lo anterior, modifica notablemente la trayectoria general de la traducción. Así, como hemos visto, la aparición de nuevos conceptos y nuevas preocupaciones o intereses van dando lugar a nuevos enfoques y perspectivas del estudio de dicha disciplina.

La nueva era de la globalización en la que vivimos puede considerarse uno de esos factores. La aparición de Internet y de las nuevas tecnologías han provocado el nacimiento de una nueva rama de traducción, denominada localización, en la que se incluye la traducción de productos informáticos (software), la localización de páginas web y la localización de videojuegos, modalidad que trataremos en mayor profundidad a lo largo del presente trabajo.

Realizamos ahora una transición de la traducción a la localización, una modalidad en auge en la actualidad que, como apuntábamos anteriormente,

necesita ser estudiada desde una perspectiva nueva. Sin embargo, a pesar de que, como indica Hurtado (2001:87), esas nuevas modalidades de traducción gozan de un peso significativo en nuestra sociedad, la reflexión en torno a ellas es, como constataremos más adelante, todavía prácticamente inexistente, sobre todo desde el punto de vista académico.

El presente trabajo pretende, por lo tanto, contribuir a llenar ese vacío teórico en el ámbito académico en torno a la localización, modalidad que trataremos en mayor profundidad a continuación.

## 2.2. Antecedentes de la localización

Como indicábamos anteriormente, el surgimiento de la localización como una modalidad más de traducción es reciente y está inevitablemente ligado a la expansión de la informática que tuvo lugar durante la década de los 80, época en la cual la venta de ordenadores personales en Estados Unidos se incrementó notablemente, pasando éstos de encontrarse tan sólo en empresas o universidades a ser adquiridos por usuarios que apenas disponían de conocimientos informáticos. Al mismo tiempo, empresas como Microsoft decidían introducir sus productos en el mercado internacional, viéndose forzados a desarrollar aplicaciones de software compatibles con las lenguas maternas de los nuevos usuarios (Esselink 2003:1). También el hardware tuvo que ser adaptado. En España, por ejemplo, el Real Decreto (RD) 1250/1985 de 19 de junio obligaba a que todos los 'equipos de proceso de datos' importados o fabricados en el Estado español, independientemente de su cantidad de memoria RAM, tuvieran un teclado castellanizado a partir de julio de 1985, incluyéndose de esta forma la letra "ñ". ("El juego de caracteres del teclado y del propio generador de caracteres del terminal debe incluir obligatoriamente la Ñ (y ñ si hay juego de minúsculas.")

Dicho RD también hacía referencia a la documentación que acompañaba a los equipos ("El equipo deberá ir acompañado de la documentación técnica, redactada en castellano, necesaria para su correcto funcionamiento y mantenimiento.") y establecía asimismo que "Todas las marcas e indicaciones relativas a la función de los mandos del aparato o a la de conectores o tomas

situadas sobre el mismo, deberán estar en idioma castellano o representadas mediante símbolos según norma UNE 20-557-81, excepto aquellas denominaciones que estén universalmente aceptadas.”

Por lo tanto, la actividad de la localización como una nueva modalidad de traducción se centraba en sus inicios en la localización de software, con la consecuente adaptación del hardware, y dado que la mayoría de los productos se desarrollaban en Estados Unidos, la actividad comenzó a requerir los servicios de localizadores que traducían del inglés hacia otras lenguas.

Así, en los años ochenta empezaron a surgir una serie de empresas que se establecieron, en su mayoría, en Irlanda debido a que el Gobierno de este país ofrecía “negocios llave en mano” (Esselink 2000:7), mediante los cuales se proporcionaba una serie de facilidades a los empresarios, tales como instalaciones, un impuesto de sociedades del 10% o exención del IVA, todo ello en calidad de incentivo por invertir en Irlanda.

La década de los 90, conocida como la década del “boom de la informática” supondrá cambios importantes tanto en el desarrollo de Internet como de programas informáticos. Nace la *world wide web*, que permitirá el acceso universal a todo tipo de información. Como consecuencia, Internet pasa de ser un medio utilizado primordialmente en el ámbito científico a ser un medio de uso habitual en el ámbito doméstico. Los nuevos usuarios reclaman programas con los que poder interactuar en sus lenguas maternas y, por como consecuencia, se cuestiona la supremacía y monopolio del inglés en este nuevo

ámbito tecnológico. Comienza en este momento la expansión de la localización hacia otro nuevo campo: la localización web.

Durante esa década surge también un sector que enseguida logra introducirse con éxito en el mercado audiovisual mundial. Se trata de los videojuegos, una nueva forma de entretenimiento, que pronto supondrá el nacimiento de otra modalidad de localización cuando los usuarios comienzan a demandar productos traducidos a sus lenguas maternas. Nace así una nueva modalidad de localización, la localización de videojuegos.

Además, la expansión tecnológica provoca que Estados Unidos deje de ser el único país que desarrolla este tipo de productos, por lo que empieza a demandarse un nuevo tipo de localización, en este caso con el inglés como lengua meta.

Por tanto, la expansión internacional de productos informáticos, unida al nuevo perfil de usuarios, hace imprescindible un proceso de localización que facilite la interacción ordenador-usuario. La importancia de dicho proceso se verá plasmada con la creación de dos importantes organismos:

El primero, La Asociación de Estándares de la Industria de la Localización (LISA). Se crea en Suiza, en el año 1990, con el objetivo de promocionar la industria de la localización proporcionando una serie de mecanismos y servicios que permitan a las empresas intercambiar y compartir información acerca de los procesos, herramientas, tecnologías y modelos empresariales relacionados con la localización.

LISA defines its mission as “promoting the localization and internationalization industry and providing a mechanism and services to enable companies to exchange and share information on the development of processes, tools, technologies and business models connected with localization, internationalization and related topics” (Lommel 2007:53).

El segundo será el *Localisation Resources Centre*, creado en 1995 en la Universidad de Dublín, que será traspasado a la Universidad de Limerick en 1999, bajo el nuevo nombre de *Localisation Research Centre* (LRC). Este centro pasará a ser un centro de referencia mundial dentro de la industria de la localización, con el consiguiente posicionamiento de Irlanda como país líder del sector.

En esa época las empresas empiezan a ser conscientes de los beneficios que les aporta el proceso de localización. Así, como indica Brooks (2000:43), durante el año 1998 más del 60% de los ingresos de Microsoft procedieron de mercados extranjeros no angloparlantes.

En los albores del siglo XXI la industria de la localización comenzó a ser cada vez más potente. En 2001, LISA estimaba que el gasto mundial en localización oscilaba entre 5.000 y 15.000 millones de dólares anuales, de hecho muchos de los miembros de dicha Asociación indicaban que, de media, por cada dólar invertido en localización obtenían 10 de ingresos adicionales (Lommel 2007:8-9).

En vista de los beneficios generados a partir de los productos localizados, las empresas comenzaron a invertir cada vez más en localización. Los últimos datos publicados a este respecto hacen referencia al año 2006 (Lommel 2007:10), año en el que el gasto en localización del mercado mundial aumentó notablemente (hasta los 30.000 millones de dólares según LISA), obteniendo las

empresas, aproximadamente, 25 dólares de ingresos adicionales por cada dólar invertido. Esto no es extraño si tenemos en cuenta que, por aquel entonces, un 10% del total de los ingresos de las empresas procedía de las ventas internacionales, es decir, de los productos localizados a otras lenguas y otras culturas. En términos monetarios, de acuerdo con un estudio realizado por LISA en el que tomó como muestra 500 empresas que sometían sus productos a un proceso de localización, se constató un ingreso anual total de unos 5,9 billones de dólares al año de media, de los cuales 365.000 millones eran beneficios. Por lo tanto, si dichos productos no hubiesen sido localizados, las empresas habrían ingresado 590.000 millones de dólares menos y la cifra de beneficios netos habría descendido hasta, aproximadamente, 225.000 millones de dólares (Lommel 2007:8). Comienza pues, por aquel entonces, a perfilarse el proceso de localización como un factor determinante en el posicionamiento de las empresas a la cabeza del mercado.

En la actualidad no se dispone de ningún estudio acerca del volumen mundial de la localización o de sus gastos o beneficios, por lo que el tamaño de este sector de la industria es incierto. Lo que sí está claro es que la industria de la localización ha seguido creciendo hasta la actualidad, hasta el punto de que muchas empresas generan más beneficios económicos gracias a los productos localizados que al producto original. Este aumento de beneficios se debe a que, gracias al proceso de localización, las empresas consiguen acceder al mercado internacional, multiplicando así su número de destinatarios potenciales. Por esta razón, no resulta extraño que muchas empresas describan la localización como



un factor fundamental para que el producto goce de aceptación y éxito en la cultura de llegada.

### **2.2.1. GILT**

A pesar de la importancia resaltada de la localización, este proceso no debería ser analizado aisladamente, puesto que forma parte de un ciclo de procesos interrelacionados entre sí. De hecho, es común encontrar el acrónimo GILT (Globalización, Internacionalización, Localización y Traducción) (Cadieux y Esselink 2002) como representación de todo el conjunto de procedimientos necesarios a la hora de localizar un determinado producto.

Nosotros, al igual que Dunne (2006:4), consideramos más adecuado invertir el acrónimo con el fin de explicar todos los procesos interdependientes en el orden en el que han ido evolucionando desde una perspectiva traductológica.

O'Hagan (2003) presenta una figura en la que muestra la interdependencia de dichos procesos. A continuación presentamos la misma figura con una modificación hecha por nosotros, puesto que el esquema de O'Hagan no presenta la fase de internacionalización que nosotros hemos incluido, por considerarla también de extrema relevancia para el estudio de esta modalidad de traducción.



Figura 1: Interdependencia de los procesos GILT. Adaptado de O'Hagan (2003)

Por lo tanto, de acuerdo con este gráfico la traducción constituye el foco central del proceso, que tras pasar por los procesos de localización y de internacionalización (Pym 2004:30) culmina en la globalización, que sería el proceso general.

Dado que la traducción ya ha sido tratada en el primer apartado de este capítulo, nos centraremos ahora en los otros tres procesos.

#### **2.2.1.1. Localización**

El incremento del acceso a las nuevas tecnologías de la información y de la comunicación convierte la localización en una fase imprescindible dentro del proceso de comercialización de cualquier producto informático.

Sin embargo, a pesar de la importancia de esta actividad, el concepto al que hace referencia el término “localización” resulta todavía un poco difuso y así lo explica Dunne (2006:1), para quien no existe un consenso sobre lo que realmente constituye la localización, debido a la gran cantidad de perspectivas desde la que se puede estudiar.

There exists no consensus as to what precisely constitutes localization, due in large part to the ways in which it is perceived (Dunne 2006:1).

Por esta razón, consideramos oportuno ofrecer algunas definiciones elaboradas por autores que trabajan en cualquiera de los ámbitos que abarca la localización.

Antes de nada, debemos señalar también que entre las definiciones que hemos consultado podemos diferenciar dos grupos: las definiciones que provienen del sector de la traducción profesional y las definiciones que se elaboran dentro del ámbito académico.

Algunas de las definiciones que surgen desde la traductología son:

Localization is the process of changing the documentation of a product, a product itself or the delivery of services so that they are appropriate and acceptable to the target society and culture (Quah 2006:19).

The processes by which digital content and products developed in one locale (defined in terms of geographical area, language and culture) are adapted for sale and use in another locale (Dunne 2006:4).

Tanto la definición de Quah como la de Dunne constituyen definiciones genéricas de la localización. No obstante, otros autores han elaborado algunas definiciones más específicas, dependiendo de la rama de la localización que estemos analizando. Así, Corte (2002:1) ofrece una definición de localización para páginas web, Dohler (1997) trata la localización de software y Chandler (2005) la localización de videojuegos.

La localización es el proceso de adaptar un sitio web a un idioma y una cultura diferente (Corte 2002:1)

Localization is the process of adapting a product, in our context a software program, to a specific locale, i.e., to its language, standards and cultural norms as well as to the needs and expectations of a specific target market (Dohler 1997).

Localization is the process of translating the game into other languages (Chandler 2005:12).

Desde el ámbito de la industria de la localización destacan las definiciones de Esselink (2000), autor pionero en la investigación sobre localización, *Multilingual Computing and Technology* (2003), una de las revistas más prestigiosas del sector de la tecnología aplicada al lenguaje y del desarrollo internacional de programas informáticos, Lommel (2007), miembro de la organización LISA, del *Comité sectoriel de l'industrie canadienne de la traduction* (1999) y del *Localization Institute* (2009), instituto estadounidense de profesionales de la localización.

Generally speaking, localization is the translation and adaptation of a software or web product, which includes the software application itself and all related product documentation (Esselink 2000:1)

In its simplest form, *localization* means the process of orienting locally (Multilingual Computing and Technology 2003:3).

Localization is the process of modifying products or services to account for differences in distinct markets (Lommel 2007:11).

Localization is the process of creating or adapting a product to a specific locale, i.e., to the language, cultural context, conventions and market requirements of a specific target market. With a properly localized product a user can interact with this product using his/her own language and cultural conventions. It also means that all user-visible text strings and all user documentation (printed and electronic) use the language and cultural conventions of the user. Finally, the properly localized product meets all regulatory and other requirements of the user's country/region (The Localization Institute 2009).

La localisation peut se définir de façon globale comme l'adaptation à une langue et une culture étrangères de logiciels et de documents techniques accompagnateurs (Comité sectoriel de l'industrie canadienne de la traduction 1999:48).

A pesar de que los dos grupos de definiciones parten de perspectivas diferentes observamos que comparten algunas características comunes, como la

referencia al mercado meta o la inclusión de aspectos técnicos y culturales en el proceso de localización.

Como explica Esselink (2000: 1), el término localización proviene de la palabra inglesa "locale" que significa área pequeña o vecindad. Actualmente este término forma parte del lenguaje técnico y su significado constituye una combinación de lenguaje, región y codificación de caracteres. Resulta común encontrar referencias a la localización mediante su abreviatura L10n. Esta forma abreviada se obtiene de las letras "L" y "N" de la palabra inglesa "localization" y el 10 representa el número de caracteres que hay entre ambas.

A menudo surge la duda de si la localización es igual que la traducción convencional, por ello hemos considerado oportuno dedicar unas líneas a intentar aclarar esta cuestión a partir de las aportaciones de diferentes investigadores.

De acuerdo con O'Hagan (2005), la diferencia radica en la naturaleza de los contenidos tratados. La localización puede ser considerada como un proceso industrial aplicado a un contenido que se encuentra predominantemente en formato digital y que requiere ser adaptado a las necesidades del mercado meta. Por lo tanto, O'Hagan considera que la localización está mucho más relacionada con la globalización que la traducción convencional. Esta autora clasifica los aspectos que abarcan la localización en tres dimensiones: una dimensión lingüística que implicaría también la realización de una traducción emotiva; una dimensión de contenidos, que consistiría en realizar una adaptación de la

información; y una dimensión técnica, que supondría aunar todo lo anterior en un medio digital dado.

Lommel (2007:12-15), por su parte, hace una clasificación similar a la de O'Hagan (2005) y distingue cuatro aspectos fundamentales dentro del proceso de localización:

- Aspectos lingüísticos, que constituyen el eje central del proceso.
- Aspectos de carácter físico, como el tipo de voltaje que requiere el producto, en función del país en el que vaya a ser comercializado.
- Aspectos culturales, que pueden afectar al diseño del producto.
- Aspectos técnicos, como la adaptación de los formatos de fechas o habilitar la escritura de derecha a izquierda para determinadas lenguas.

Por lo tanto, basándonos en las clasificaciones anteriores podemos concluir que la localización no implica tan sólo la traducción del texto que forma parte del propio producto (Arevalillo 2004), sino que en ella tienen lugar otra serie de procesos imprescindibles para lograr un producto final de calidad. Se trata de un proceso en cadena en el que un error, por mínimo que sea, en cualquiera de las fases del ciclo, repercutirá en el resultado final. Por lo tanto, aunque el traductor desempeña un papel fundamental, a la vez que central en el desarrollo del producto, la responsabilidad de la calidad del producto final no recae únicamente en él, sino que depende de un entorno cooperativo formado por más agentes.

El último de esos agentes será el receptor del producto, quien, en el ámbito de la localización, suele ser denominado "usuario" (Esselink 2000; Parra

2000; Arderiu 2002; Sokoli 2002; Lommel 2007) debido a la interacción que mantiene con el producto.

Todas estas diferencias hacen que la traductología contemporánea considere la localización como una modalidad de traducción diferenciada (Hurtado 2001:94), puesto que, además de la traducción, requiere de otras habilidades no lingüísticas. Austermühl (2006: 1) lo resume de una forma muy acertada cuando dice: “I consider translation to be an integral part of localization, but I also consider localization to be more than translation”.

Partiendo de las definiciones aportadas anteriormente y basándonos en las clasificaciones hechas por O’Hagan (2005) y Lommel (2007), nosotros proponemos una definición de localización desde una perspectiva traductológica. Consideramos, pues, que la localización consiste, en términos generales, en el proceso de adaptar tanto lingüística como culturalmente cualquier producto informático, página web o producto multimedia, así como toda la documentación que lo acompaña, a la cultura meta en la que va a ser comercializado, con el fin de que el usuario meta perciba el producto como si se tratase de un producto creado originalmente en su idioma y en su contexto cultural y geográfico.

No obstante, como indicábamos al comienzo de este apartado, este proceso constituye parte de un ciclo y la localización puede llegar a convertirse en un calvario si el producto original no ha pasado previamente por una fase de internacionalización, proceso de cuya importancia hablaremos a continuación.

### 2.2.1.2. Internacionalización

Como indicábamos en el apartado anterior, la apertura de los mercados internacionales dio la oportunidad a las empresas de comercializar sus productos más allá de las fronteras nacionales (Bernal Merino, 2006: 10). De este modo, se hizo patente la necesidad de diseñar productos que pudiesen ser adaptados fácilmente a las culturas metas, por lo que fue aquí donde el proceso de internacionalización empezó a cobrar relevancia.

A continuación expondremos algunas definiciones del término que, al igual que la palabra “localización”, también dispone de una forma abreviada: i18n donde las letras “I” y “N” provienen de la palabra inglesa “internationalisation” y el 18 representa el número de caracteres entre ambas.

La Asociación LISA proporciona la siguiente definición de Internacionalización: “Proceso de generalización de un producto, de forma que sea capaz de manejar múltiples idiomas y convenciones culturales sin necesidad de rediseñarlo.”

*The Localization Institute* coincide con esta definición y describe el proceso de internacionalización como “una forma de diseñar y producir productos que se pueden adaptar fácilmente a diferentes regiones. Esto implica extraer todos los elementos que dependen del idioma o cultura.”

Por lo tanto, lo que se pretende mediante la internacionalización es diseñar un producto que sea lo más neutro posible, tanto cultural como técnicamente, y que, de este modo, pueda ser fácilmente localizado para otras culturas. Como indica Arderiu (2002:1), el fin de la internacionalización es



facilitar la labor del traductor o localizador, sea cual sea su cultura de procedencia.

Nuestra definición de internacionalización desde una perspectiva traductológica es la siguiente: Proceso de diseño de un producto para que pueda ser posteriormente adaptado lingüística y culturalmente a otro mercado meta más fácilmente y sin necesidad de efectuar cambios de ingeniería.

### **2.2.1.3. Globalización**

Como ya señalamos anteriormente, tanto la fase de localización como la de internacionalización forman parte del proceso de globalización (Corte 2002: 1), cuyo fin es el de desarrollar y comercializar productos en el mercado mundial.

LISA proporciona en su página web la siguiente definición de globalización: “The process of making all the necessary technical, financial, managerial, personnel, marketing and other enterprise decisions necessary to facilitate international business”. Su forma abreviada g11n proviene de la palabra inglesa “globalization”. La g y la n se obtienen de la primera y la última letra de dicha palabra y el 11 es el número de caracteres entre ambas.

A continuación exponemos un gráfico (figura2), elaborado a partir del publicado por Lommel (2007:19) en la página web de LISA, que representa el ciclo de desarrollo por el que pasa un producto durante el proceso de globalización. Desde nuestro punto de vista, este esquema describe muy bien los procedimientos subyacentes dentro dicho proceso y consideramos que refleja fielmente la interdependencia existente entre todas las fases de cualquier

trabajo de localización, especialmente en lo que concierne al área que trataremos en la presente tesis, la localización de videojuegos, puesto que el buen funcionamiento del ciclo facilitará la labor de los localizadores y garantizará la calidad del producto final.



Figura 2: Adaptación propia del ciclo de desarrollo de un producto global según LISA.

Por lo tanto, desde nuestra perspectiva traductológica, consideramos la globalización como el proceso compuesto por las fases de internacionalización y localización, cuyo fin es el desarrollo y comercialización de un producto en el mercado mundial.

## 2.2.2. Propuesta de tipos de localización en función del producto traducido

Dentro de la localización también distinguimos subgrupos en función del producto con el que trabajemos. A partir de la bibliografía consultada elaboramos el siguiente esquema de tipos de localización, en el que distinguimos tres categorías de localización en función del producto localizado.



Figura 3. Tipos de localización.

1. localización de programas informáticos (*software*): entendiendo por programa informático cualquier producto en soporte informático. Aquí distinguimos tres subcategorías en función del uso al que van destinados.

a) de uso profesional: sistemas operativos, programas de edición, programas de diseño gráfico, procesadores de texto, etc.

b) de uso académico o educativo: enciclopedias, diccionarios, etc.

c) de entretenimiento: programas de chat, programas de intercambio de archivos, reproductores de video o de audio, etc.

2. localización de páginas web.

3. localización de productos multimedia: creamos esta categoría a partir de las aportaciones de Hurtado (2001:90). Al igual que esta autora, nosotros consideramos que los productos multimedia deben englobarse en una categoría independiente, por considerar que se trata de productos que, pese a reunir todas las características de un producto informático genérico, presentan también relación con el sector de la traducción audiovisual al incluir de forma integrada texto escrito, vídeo y audio, por lo que pueden requerir la realización de doblaje, subtítulo o ambos.

a) Comunicativos: esta subcategoría englobaría los productos pertenecientes al ámbito de las comunicaciones, como, por ejemplo, la localización de la interfaz de un teléfono móvil.

b) Herramientas de navegación: como, por ejemplo, los mapas de navegación (GPS).

c) Didácticos e informativos: cuyo propósito sería el de instruir. Incluiríamos en esta categoría las visitas virtuales, ya sea a museos, centros comerciales, centros educativos, puntos de información turísticos, etc., mediante aplicaciones multimedia, los tutoriales virtuales o simuladores empleados en centros educativos.

d) de entretenimiento: productos de carácter lúdico, como, por ejemplo, los videojuegos o programas de karaoke.

Debido a la necesidad de delimitar el campo de estudio del presente trabajo, nosotros nos centraremos en la investigación de productos multimedia de entretenimiento, concretamente en la localización de videojuegos, por tratarse, como veremos en el siguiente apartado, del producto líder dentro del sector audiovisual español.

### **2.2.3. Situación actual del estudio de la localización**

Al realizar nuestra labor de documentación comprobamos que aunque la localización está reconocida por la traductología contemporánea como una modalidad diferenciada de traducción, la investigación en torno a esta rama de la traducción, desde un punto de vista académico, es prácticamente inexistente. Así, si comparamos los apartados de antecedentes de la traducción y antecedentes de la localización, queda patente una diferencia sustancial entre ambos. Mientras que el primero ha sido elaborado con una bibliografía muy consolidada, recurriendo a las aportaciones de autores de peso, en el segundo las aportaciones por parte de autores pertenecientes al ámbito de la traductología son escasas y hemos tenido que recurrir a revistas de menor impacto académico o a artículos redactados por profesionales de la localización para establecer unos antecedentes del tema objeto de estudio.

En España, por ejemplo, existe un vacío académico bastante notable en torno a la localización, y así lo podemos constatar en la bibliografía empleada

para la elaboración del presente trabajo que, en su mayoría, está compuesta por autores extranjeros.

Las publicaciones especializadas que hayan abarcado esta área de la traducción son escasas, tan sólo encontramos la revista *Tradumática*, una revista electrónica sobre Traducción y Tecnologías de la Información y la Comunicación, que ha dedicado ya dos números a la localización, el primero a la localización general y el séptimo a la localización de videojuegos, cuyos artículos han sido elaborados, en su mayoría, por autores pertenecientes al sector de la traducción profesional.

En el ámbito de la investigación académica apenas encontramos estudios sobre localización. En el año 2000, María Angeles Martín del Pozo de la Universidad de Valladolid enfocó su tesis doctoral hacia la localización de software, en un trabajo titulado *La localización de software: una especialidad incipiente en los estudios de traducción*. Esta investigación iría seguida posteriormente de varios trabajos fin de carrera, como por ejemplo los de Alén (2004), Ferreiro (2007), Peleteiro (2003) o Rodríguez (2001).

En lo que respecta a la localización web, en 2002, Alicia Bolaños de la Universidad de las Palmas de Gran Canaria presentó su tesis bajo el título de *Diseño y aplicación de un modelo didáctico innovador para la traducción de géneros digitales* y en 2008, Miguel Ángel Jiménez Crespo de la Universidad de Granada realizó una tesis doctoral sobre la localización de páginas web con el título de *El proceso de localización web: estudio contrastivo de un corpus comparable del género sitio web corporativo*.

Aunque todos estos trabajos de investigación abarcan, desde una perspectiva traductológica, dos ámbitos de la localización de suma importancia todavía existe un relativo vacío académico en otro de los ámbitos que conforman dicha rama de la traducción, la localización de videojuegos, a excepción de algún trabajo fin de carrera (González 2003, González 2006, Pérez 2005), el manual de traducción de videojuegos mediante técnicas de romhacking de Muñoz (2007) y diversos artículos publicados en alguna revista especializada, como *Tradumàtica*. No obstante, en la actualidad empiezan a aparecer cada vez más trabajos relacionados con la localización. El presente trabajo es un ejemplo de ello y cabe destacar también la iniciativa de algunos doctorandos procedentes de diversas universidades españolas, que han decidido enfocar sus futuras tesis doctorales hacia la localización de videojuegos.

Por esta razón, mediante la elaboración del presente trabajo, pretendemos contribuir a continuar sentando las bases de la localización en el ámbito académico, enfocando nuestra investigación hacia un ámbito que hasta la fecha ha sido poco estudiado desde el punto de vista traductológico: la localización de software de entretenimiento.





## **CAPÍTULO 3:**

## **VIDEOJUEGOS**



De acuerdo con Teijeiro y Pelegrina (2003:20), entendemos por videojuego “Todo juego electrónico con objetivos esencialmente lúdicos, que se sirve de la tecnología informática y permite la interacción a tiempo real del jugador con la máquina y en el que la acción se desarrolla fundamentalmente sobre un soporte visual (que puede ser la pantalla de una consola, de un ordenador personal, de un televisor, o cualquier otro soporte semejante).”

En el mercado europeo, España ocupa el cuarto lugar tanto en ventas de videojuegos como en ventas de consolas, tan sólo por detrás de Reino Unido, Francia y Alemania. Las últimas cifras publicadas por ADESE (Asociación Española de Distribuidores y Editores de Software de Entretenimiento) datan del año 2008 e indican que el consumo de videojuegos en España supuso el 57% del total del ocio audiovisual, registrando un volumen de negocio de 1.432 millones de euros en ventas y situándose por delante de otros sectores como el cine, las películas de video o la música grabada, como podemos observar en el siguiente gráfico:

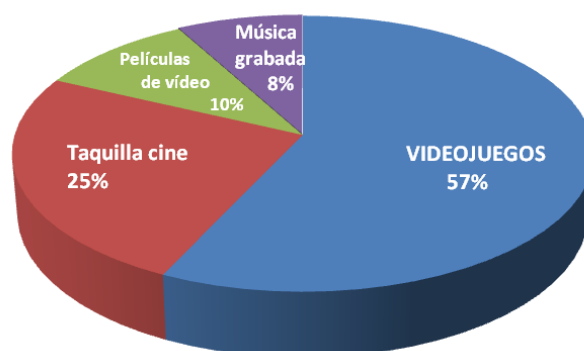


Figura 4: Estimación del consumo de ocio audiovisual e interactivo en España en 2008. Fuente: ADESE

De acuerdo con las previsiones del informe<sup>1</sup> *Global Entertainment and Media Outlook*, realizado por Pricewaterhouse Coopers, para el período comprendido entre 2009 y 2013, el crecimiento anual del mercado mundial de los videojuegos será de un 7,46 mientras que el crecimiento de la industria cinematográfica ascenderá tan sólo a un 4%. De entre los juegos clasificados en función de su plataforma, los juegos online y los juegos para móvil serán los que tengan el mayor crecimiento durante dicho periodo, con una tasa anual del 10,6% y el 13,8% respectivamente.

En términos financieros, según la información proporcionada por *Industry Gamers*<sup>2</sup> a 18 de febrero de 2010, durante el año 2009 el mercado mundial de los videojuegos movió 46.500 millones de dólares pero se espera que esas cifras sigan creciendo hasta alcanzar los 64.900 millones de dólares en 2013. Así, la industria de los videojuegos va poco a poco haciéndose más fuerte que la industria de Hollywood como demuestran los datos obtenidos de un estudio<sup>3</sup> de 2008, realizado por la Comisión Europea, que revela que el videojuego “Gran Theft Auto 4” consiguió recaudar más de 500 millones de dólares durante su primera semana en el mercado, superando así a la gran producción cinematográfica “Piratas del Caribe: En el fin del mundo” que en su primera semana sólo llegó a los 406 millones de dólares.

---

<sup>1</sup> [http://www.pwc.com/en\\_ES/es/sectores/entretenimiento-medios/gemo/assets/informe-gemo-09-13.pdf](http://www.pwc.com/en_ES/es/sectores/entretenimiento-medios/gemo/assets/informe-gemo-09-13.pdf)

<sup>2</sup> <http://www.industrygamers.com/news/games-software-business-to-approach-65-billion-worldwide-by-2013-says-strategy-analytics/>

<sup>3</sup> Study on the role of SMEs and European audiovisual works in the context of the fast changing and converging home entertainment sector (PayTV, Homevideo, Video on Demand, video games, internet, etc)  
[http://ec.europa.eu/information\\_society/media/overview/evaluation/studies/index\\_en.htm](http://ec.europa.eu/information_society/media/overview/evaluation/studies/index_en.htm)

Por lo tanto, teniendo en cuenta la importancia de la industria del software de entretenimiento y sus previsiones de crecimiento en los próximos años, el sector de los videojuegos y, por ende, el sector de la localización de videojuegos, se perfila como una salida profesional importante en el ámbito de la traducción.

Hasta alcanzar el éxito que vemos reflejado anteriormente tanto en el gráfico como en las cifras presentadas, el sector de los videojuegos ha ido evolucionando progresivamente a lo largo de los años. A continuación, hacemos un recorrido por la historia de los videojuegos, desde sus comienzos hasta la actualidad.

### **3.1. Evolución histórica de los videojuegos**

Antes de comenzar el acercamiento a la evolución histórica de los videojuegos consideramos necesario resaltar la importancia de su relación con la informática, puesto que el desarrollo de estos dos ámbitos se ha producido en paralelo. Así, no es extraño que el primer juego consistiese en un programa informático que, aprovechando la capacidad de cálculo de los procesadores informáticos (Levis 1997:44), realizaba partidas de ajedrez. No obstante, estos programas informáticos no se pueden considerar videojuegos por lo que consideramos como fecha de surgimiento del primer videojuego el año 1952, cuando un estudiante de la universidad de Cambridge llamado Alexander S. Douglas creó una versión electrónica del juego tres en raya como parte de su tesis doctoral sobre la interactividad entre ordenadores y seres humanos

(Egenfeldt 2008:50). El juego, que se ejecutaba sobre la EDSAC (ordenador de la época), se llamó *Nought and Crosses* (Tres en raya en España), aunque también pasó a ser conocido como OXO por ser tanto la O como la X los símbolos que aparecían en la pantalla a lo largo de la partida y lo que lo hacía innovador era el hecho de que podía tomar sus decisiones en función de los movimientos del jugador, que transmitía las órdenes a través de un dial telefónico integrado en el sistema.



Figura 5: Pantalla de OXO.

Fuente: <http://www.scenebeta.com/tutorial/1952-1972-el-origen-de-los-videojuegos-desde-oxo-hasta-pong>

OXO no contenía videoanimación y puede que ésta sea la razón por la que algunos autores se muestren reticentes a la hora de considerarlo como el primer videojuego de la historia y prefieran atribuirle este mérito a Willy Higimbothan creador del juego *Tennis for Two* en el año 1958. Dicho juego consistía en un pequeño aparato cuya pantalla mostraba una vista lateral de una pista de tenis en dos dimensiones en la que dos jugadores competían (López Nieto, 2006: 4). Como curiosidad cabe destacar el hecho de que Higimbothan no patentó su invento (Levis 1997:44), por lo que años más tarde se siguieron desarrollando juegos basados en su idea. Si lo hubiese hecho, la patente pertenecería ahora al gobierno de los Estados Unidos, ya que Higimbothan trabajaba para el gobierno y

su invento fue desarrollado en horas de trabajo gracias al equipo del que disponía en el *Brookhaven National Laboratory* de Nueva York, laboratorio en el que trabajaba.

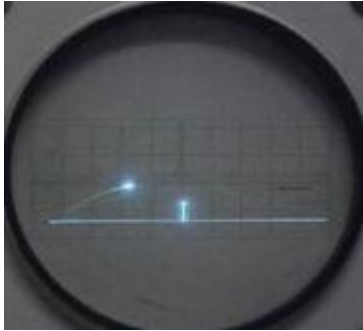


Figura 6: Pantalla de "Tennis for Two".  
Fuente: <http://www.gamesquarter.com>

Tres años más tarde, en 1961, Steve Russel un estudiante del MIT (*Massachusetts Institute of Technology*) desarrolló el juego *Spacewar*, en el que dos jugadores dirigían sendas naves espaciales alrededor de un punto de gravedad con el objetivo de destruir la nave de su contrincante con torpedos (González 2003: 4). Este juego incorporaba una importante innovación tecnológica con respecto a los anteriores: la pantalla de rayos catódicos (Levis 1997:45). Su éxito fue rotundo, llegando a convertirse en todo un fenómeno de masas entre los universitarios estadounidenses. Hoy en día este juego se considera precursor de los creados a partir de entonces (Egenfeldt 2008:51).



Figura 7: Pantalla de juego de "Spacewar".

Fuente:

<http://indicelatino.com/juegos/historia/origenes/spacewar-1961.gif>

Durante una presentación del juego creado por Russel en la Universidad de Utah, un estudiante llamado Nolan Bushnell queda profundamente impresionado (López Nieto, 2006:6) y empieza a concebir la teoría de que la gente podría llegar a pagar por jugar a un videojuego. Partiendo de esta premisa, desarrolla en 1970 el *Computer Space* (una adaptación del *Spacewar*), que puede ser considerada el primer *arcade* o máquina recreativa construida (López Nieto, 2006: 7). Inmediatamente consigue vender la idea a una empresa llamada *Nutting Associates* (Tejeiro y Pelegrina 2003:24), que lo contrata para comercializar y supervisar la manufacturación del juego.





Figura 8: Máquina del Computer Space.  
Fuente: <http://www.atarimuseum.com>



Figura 9: Captura de la pantalla de juego original de la Computer Space.  
Fuente: <http://www.oneswitch.org.uk>

Desafortunadamente, la complejidad del juego, unida al desconocimiento de ese tipo de máquinas por parte de la población, no le permiten conseguir el éxito esperado y el *Computer Space* no consigue cumplir las expectativas de su creador.

Sin embargo, aunque muchos autores describan el juego de Bushnell como el primer juego comercial, la realidad es que Bill Pitts y Hugh Tuck, estudiantes de la Universidad de Stanford, se le adelantaron dos meses sacando al mercado el juego *Galaxy Game*, para cuya creación tomaron también como referencia el juego *Spacewar* (Markoff 2002). Esta máquina fue instalada en el campus de la Universidad, por lo que en realidad es ella la que debe ser considerada como la primera máquina de videojuegos en ser instalada en un sitio público. A diferencia del *Computer Space*, *Galaxy Game* gozó de un éxito rotundo entre los estudiantes de la Universidad de Stanford, que aguardaban largas colas para poder jugar.



Figura 10: Galaxy Game de 1971.

Fuente:

<http://www.computerspacefan.com/vs-comp-rec-galaxy-game.jpg>

La máquina del *Galaxy Game* fue restaurada en 1997 y en la actualidad se encuentra expuesta en el *Computer Museum History Center* de California (EE.UU.).

Por otro lado, volviendo al fracaso del juego *Computer Space*, Bushnell lejos de desanimarse, no cesó en su objetivo y junto a su amigo Ted Dabney, decide crear una empresa con el fin de desarrollar videojuegos para venderlos, posteriormente, a otras compañías que quisiesen distribuirlos (López Nieto 2006:8). Inicialmente pensaron en bautizar a su empresa con el nombre de *Syzygy* (en español *sizigia*, término que designa el momento en el que la tierra, el sol y otro cuerpo celeste se encuentran alineados). Sin embargo, tras descubrir que dicho nombre estaba ya registrado (López Nieto 2006:9) eligen darle a la empresa el nombre de uno de los movimientos del juego japonés GO al que Bushnell era aficionado (Tejeiro y Pelegrina 2003:24). Así, la empresa pasará a llamarse Atari, una expresión equivalente al “jaque” en ajedrez y que designa el fracaso.

La década de los 70 acercó también los videojuegos al entorno doméstico (Egenfeldt 2008:53). Un equipo de investigadores dirigido por el ingeniero Ralph Baer desarrollaron un juego en el cual un circuito lógico proyectaba un punto que se movía por una pantalla (Tejeiro y Pelegrina 2003:24). Éste fue poco a poco desarrollándose hasta llegar a emular al ping-pong y al hockey. El juego de Baer fue comercializado por una empresa de televisores, Magnavox, y su lanzamiento iba acompañado de la consola Odyssey que se conectaba a la televisión. Esta consola fue desarrollada a partir de un prototipo creado en 1968 y que es conocido con bajo el nombre de “Brown Box”.



Figura 11: Consola Odyssey de Magnavox. Fuente: <http://frikiplanet.lacoctelera.net/post/2009/10/24/museo-del-videojuego-odyssey>



Figura 12: Prototipo “Brown Box” de la consola Odyssey de Magnavox. Fuente: <http://www.ecbloguer.com/misiondiversion/wp-content/uploads/2009/04/brown-box.jpg>

La apuesta de Magnavox, no tuvo el éxito deseado, principalmente debido a su precio bastante elevado y a la irrupción temprana en el mercado de otras compañías con nuevos productos. Asimismo, puede que parte de su fracaso fuese causado por errores de mercadotecnia de la propia empresa (González 2003:6), ya que la consola se vendía únicamente en los almacenes Magnavox, por lo que el rumor de que la consola sólo funcionaba con televisores de dicha marca, se extendió rápidamente.

En 1972, Atari sacó al mercado el *arcade PONG*, que simulaba el juego del tenis de mesa y cuyo éxito fue arrollador probablemente debido a la simplicidad del juego. Este *arcade*, que fue instalado por primera vez en una pequeña población de California (Levis 1997:53), pronto consiguió estar presente en todos los salones recreativos, donde relegó a un segundo plano a viejas máquinas de juegos.



Figura 13: Máquina del juego Pong. Fuente: <http://www.mlcsmith.com/games/memories/assets/pong.gif>

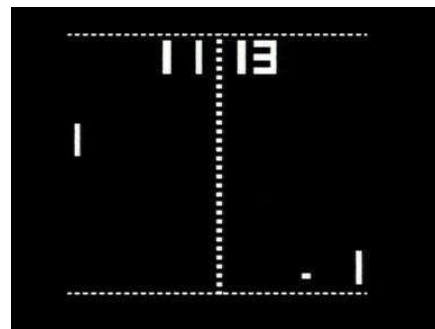


Figura 14: Pantalla del juego Pong.

Fuente:

<http://ben110.files.wordpress.com/2008/11/pong1.jpg>

Tras el éxito arrollador en los salones recreativos, Atari saca al mercado en 1975 su primera consola (Egenfeldt 2008:53), consistente en un pequeño aparato equipado de un mando con dos botones que se enchufaba directamente al televisor y que sólo permitía jugar al Pong (Levis 1997:53). Esta consola, que se llamó *Atari Pong*, consiguió desbancar a su rival *Odyssey* de Magnavox, debido a que su precio era más económico. La reducción del precio se consiguió gracias a un chip diseñado por la propia empresa en el que residía la mayor parte del

circuito lógico del juego y que, además, lo dotaba de mayor resolución y mayor calidad de sonido (Monfort y Bogost 2009:10).

Ese mismo año Atari presenta *Indy 800*, el primer juego en color, que permitía que jugaran simultáneamente ocho jugadores.



Figura 15: Primera consola doméstica de Atari.  
Fuente:  
[http://www.gamingdump.com/images/gd\\_artic/e/pong\\_img.gif](http://www.gamingdump.com/images/gd_artic/e/pong_img.gif)

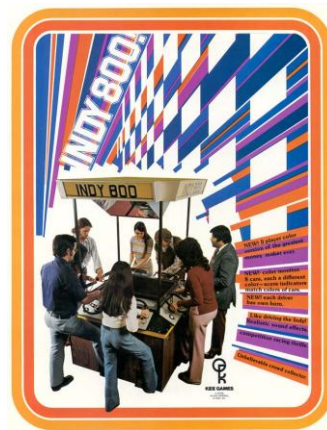


Figura 16: Indy 800.  
Fuente:  
<http://www.atarimuseum.com/videogames/arcade/fullsize/indy800.jpg>

A mediados de la década de los setenta se produjo una caída en los precios de los microprocesadores (Egenfeldt 2008:53), lo que permitió su introducción en el ámbito de los videojuegos. El primer juego que incorporó esta novedad fue el *Sprint* de Atari (Levis 1997:54), un juego de carreras de coches destinado a máquinas instaladas en salones recreativos.

Entretanto, la industria de los videojuegos había seguido creciendo hasta el punto de que a finales de 1976, dieciocho compañías (Levis 1997:54) competían por el mismo mercado.

En 1977, con el sector de los videojuegos en auge, surgen las primeras consolas en color con cartuchos intercambiables (Levis 1997:54). Sin embargo, la falta de juegos atractivos, unida a la fuerte confusión generada entre los

consumidores ante tal avalancha de productos, que por otro lado eran incompatibles entre sí, provoca la primera crisis del sector (Levis 1997:54).

A principios de 1979, en un momento en el que la industria de los videojuegos parecía abocada al fracaso, llegan desde Japón dos nuevos videojuegos para salones recreativos que, sorprendentemente, conseguirán hacer renacer el interés por los videojuegos (Levis 1997:55). Estos juegos eran el *Space Invaders* (“Los Invasores del Espacio”), que supuso una revolución dentro del mercado porque almacenaba las puntuaciones máximas (aunque no las iniciales del jugador) y el *Pac-Man* (también conocido como “comecocos”), que supuso un cambio radical de temática en tanto que eliminaba la violencia y conseguía así ampliar su público, ya no era el clásico videojuego dirigido sólo a niños.



Figura 17: Pantalla Space Invaders.

Fuente:  
<http://lauraberry.files.wordpress.com/2008/04/space-invaders.jpg>



Figura 18: Pantalla Pacman. Fuente:  
<http://www.freegamesnews.com/en/wp-content/uploads/2006/09/PacMan300-3.gif>

Ese mismo año, en vista del éxito generado, Atari compra los derechos de comercialización del juego *Pacman* para la versión doméstica, y pronto verá incrementadas sus ventas de forma significativa.

Durante los tres años siguientes, el mercado de los videojuegos vivió su época de esplendor con la empresa Atari, como líder del sector representando

cerca del 70% del mercado (Levis 1997:56). En 1980 crea el juego arcade *Battlezone*, un simulador de tanques con el primer entorno tridimensional. El realismo del juego hizo que el ejército de Estados Unidos encargase a Atari una versión especial de este juego. El nuevo juego se tituló *The Bradley Trainer* y servía para entrenar a los soldados que tenían que utilizar el tanque M2/M3 Bradley.

Ese mismo año, la empresa *Stern Electronics* desarrolló el juego *Berzerk* que incluía un sintetizador de voz con capacidad de decir 30 palabras. Simultáneamente, dos antiguos colaboradores de Atari crean el primer microordenador doméstico, el Apple II, que disponía de monitor de vídeo, teclado y memoria (Levis 1997:58). La buena acogida que recibió hizo que otras empresas comenzaran a desarrollar sus propios microordenadores, pero a un precio más barato, ya que no incorporaban monitor y el microordenador debía conectarse a un televisor. De este modo, las ventas de esos pequeños ordenadores se dispararon de forma espectacular. Aunque, en un primer momento, su incidencia en el mercado de los videojuegos fue escasa, sí desempeñaron un papel relevante en la evolución de la edición de juegos (Levis 1997:59).

Durante 1981 salen al mercado nuevos juegos. El más célebre de ellos será un juego *arcade*, *Donkey Kong*, creado por Nintendo (Egenfeldt 2008:64). El éxito del fontanero Mario será tal que en 1983 el protagonista volverá acompañado de su hermano en un nuevo juego titulado *Mario Bros*. Por su parte, Atari diseñará *Tempest: sound and Fury*, el primer videojuego con gráficos

vectoriales en color (Herman, Horwitz y Miller 2002:8) y el primer juego basado en la película de Indiana Jones, *Raiders of the Lost Ark* (“En busca del arca perdida”), para la consola Atari 2600.

Sin embargo, a pesar del extraordinario volumen de ventas (sobre todo durante el año 1982), la competencia y el exceso de oferta habían dado lugar a una notable bajada de los precios, por lo que los ingresos de las empresas descendían a un ritmo vertiginoso. Así, no es extraño que a finales de 1983, dos de las principales empresas de la industria de los videojuegos (Atari y Mattel) se encontrasen al borde de la quiebra (Levis 1997:60).

Entretanto, IBM saca al mercado el primer ordenador personal (PC), lo que supondría un hito en el proceso de informatización de la sociedad (Levis 1997:59). Inicialmente los PC fueron creados como herramientas de uso profesional, pero debido al progresivo descenso de los precios y a la diversidad de ofertas de entretenimiento adaptadas a la nueva plataforma, acabarán por instalarse en el ámbito doméstico.

El año 1984 trajo consigo la desaparición de muchas de las empresas dedicadas a la fabricación de videojuegos y este hecho llevó incluso a algunos analistas a predecir el final de los videojuegos. Sin embargo, contra todo pronóstico, la empresa de origen japonés Nintendo consigue, durante la campaña de Navidad de 1985, introducirse en el mercado estadounidense gracias a una adaptación de su consola *Famicon* (abreviatura de “Family Computer”), que ya había cosechado un gran éxito en Japón (Egenfeldt 2008:60). Esta consola, que pasó a ser denominada NES (*Nintendo Entertainment System*),



era tecnológicamente superior a la Atari en tanto que podía albergar hasta treinta y dos veces más información que los juegos de Atari y tanto el sonido como los gráficos eran de mucha más calidad (Levis 1997:65). Mientras tanto, Europa se decantaba por los microordenadores como el *Spectrum* (Belli y López 2008: 163).



Figura 19: Nintendo NES. Fuente:  
[http://2.bp.blogspot.com/\\_d8lLhX1eY5Y/SUVZ5LOmWFI/AAAAAAAAAs/7XBf3sRjcrQ/s400/NES.jpg](http://2.bp.blogspot.com/_d8lLhX1eY5Y/SUVZ5LOmWFI/AAAAAAAAAs/7XBf3sRjcrQ/s400/NES.jpg)



Figura 20: Spectrum. Fuente:  
[http://www.plcsim.com/wordpress/wp-content/uploads/800px-zx\\_spectrum\\_plus2.jpeg](http://www.plcsim.com/wordpress/wp-content/uploads/800px-zx_spectrum_plus2.jpeg)

Nintendo centró su estrategia de mercado en la calidad de los juegos, consciente de que ese aspecto precisamente había sido el que había provocado el hundimiento de Atari (Levis 1997:72). Este control exhaustivo de sus productos llevó a la empresa a crear su juego más célebre, *Super Mario Bros*, continuación del juego Mario Bros sacado al mercado en 1981 y que debía su éxito a la nueva temática que incorporaba. Si en los comienzos de la industria de los videojuegos primaban los juegos de acción, basados en violentas guerras galácticas (Levis 1997:64), Nintendo rompe entonces con esa tendencia, introduciendo ingenio y humor (Levis 1997:71) a través del personaje Mario y su hermano Luigi. El éxito de Mario sería tal que, más tarde, le haría convertirse en icono de la propia compañía Nintendo (Tejeiro y Pelegrina 2003:32).

Otro de los juegos que contribuyó al éxito de la NES fue el *The Legend of Zelda* (La Leyenda de Zelda), el primero de una saga, que posteriormente sería comercializado en formatos adaptados a otras plataformas y que acabaría por convertirse en uno de los juegos de mayor éxito de la historia.

Para su campaña publicitaria, Nintendo optó por desmarcarse de las demás videoconsolas, por lo que creó una nueva terminología con el fin de evitar ser relacionada con alguna de sus predecesoras. De este modo, “videojuego” pasó a ser reemplazado por “sistema de entretenimiento”, los “cartuchos” pasaron a denominarse “paquetes de juego” y NES dejó de ser una “consola” para convertirse en una “unidad de control” (Levis 1997:66).

A finales de la década de los ochenta, Nintendo se consagraba como empresa líder del sector, mientras que diversas empresas seguían desarrollando nuevas consolas como la *Master System* de Sega o el *Amiga CD32* de Commodore. (Belli y López 2008: 163), que no llegaron a alcanzar demasiado éxito y vivieron siempre a la sombra de la NES.



Figura 21: Consola Master System de Sega. Fuente: [http://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/7/73/Sega\\_master\\_system.jpeg](http://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/7/73/Sega_master_system.jpeg)



Figura 22: Amiga CD32. Fuente: <http://en.wikipedia.org/wiki/File:Amigacd32.jpg>

Poco a poco los rápidos avances tecnológicos hicieron que la NES se fuese quedando obsoleta. Sin embargo, la empresa Nintendo se mostraba reacia a

diseñar una nueva consola lo que daba luz verde a otras compañías para intentar desbancarla de su monopolio.

La primera en intentarlo fue Sega, otra empresa japonesa, que a finales de 1989 presentó en Estados Unidos una consola, *Genesis* (en Europa se comercializaría bajo el nombre de *Megadrive*), tecnológicamente superior a la NES, puesto que presentaba 16 bits mientras que la NES se había quedado estancada en los 8 bits (Levis 1997:81).



Figura 23: Consola Genesis/Megadrive de Sega. Fuente: [http://es.wikipedia.org/wiki/Archivo:Megadrive\\_no\\_shadow.jpg](http://es.wikipedia.org/wiki/Archivo:Megadrive_no_shadow.jpg)

No obstante, los avances tecnológicos no resultaron suficiente y Sega era consciente de que necesitaba un juego estrella capaz de competir con Mario Bros. Así, en 1991 crea a *Sonic*, un puercoespín, que al igual que había sucedido con Mario en Nintendo, pasará a ser el logo de Sega (Levis 1997:83).

El éxito del nuevo juego fue apabullante, lo que pronto hizo que Nintendo contraatacara con una nueva consola de 16 bits, la *Super Nintendo* que, de acuerdo con la mayoría de los analistas, conseguía superar en prestaciones a la *Megadrive* de Sega (Levis 1997:84). El único defecto que le achacaban los consumidores era la incompatibilidad de los cartuchos de juego con los de la anterior NES.



Figura 24: Consola Supernintendo. Fuente:

[http://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/9/96/SNES\\_800.jpg](http://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/9/96/SNES_800.jpg)

De este modo, Nintendo y Sega comenzaban una guerra de cifras para hacerse con el liderazgo del mercado, mientras otras empresas como Capcom, con su *CPS Changer*, y SNK, con la *NeoGeo*, se decidían igualmente a dar el salto técnico a la “generación de 16 bits” (Belli y López 2008: 164). Tanto la *CPS Changer* como la *NeoGeo* fracasaron debido a su elevado precio.

Entretanto, Nintendo presenta, en 1989, una consola portátil, Gameboy, que cosechó un gran éxito, en parte gracias al juego Tetris, que se regalaba con la compra de la consola (Levis 1997:85). Esta consola portátil no era la primera que Nintendo creaba. A finales de los años setenta había introducido en el mercado la *Game&Watch*, una consola del tamaño de una calculadora de bolsillo que generó grandes beneficios a la compañía (Levis 1997:64).



Figura 25: Consola portátil Game&Watch de Nintendo.

Fuente:  
[http://www.pocketgamer.co.uk/FCKEditorFiles//Game\\_and\\_watch\\_Ball.jpg](http://www.pocketgamer.co.uk/FCKEditorFiles//Game_and_watch_Ball.jpg)



Figura 26: Primera Gameboy de Nintendo. Fuente:  
<http://gamemedia.mediotiempo.com/wp-content/uploads/2009/03/gameboy.jpg>

A través de la Gameboy, Nintendo pretendía acercarse al público adulto y la compañía japonesa veía el juego Tetris como la opción más idónea para conseguir su propósito.

La respuesta de Sega no se hizo esperar y en 1990 presentaba su propia consola portátil, la *Game Gear*, con pantalla en color y la posibilidad de añadirle un accesorio que la convertía en receptor de televisión (Levis 1997:86). Al mismo tiempo, empresas como Atari con su *Lynx*, deciden unirse al mercado de las consolas portátiles, aunque tampoco conseguirán hacer frente a la Gameboy de Nintendo, que, mediante sus diferentes evoluciones [GameBoy Pocket (1996), Game Boy Color (1999), Game Boy Advance (2001), Game Boy Advance SP (2003), Game Boy Micro (2005)], seguirá dominando el mercado.



Figura 27: Gamegear de Sony.

Fuente: [http://helektron.com/wp-content/uploads/2007/12/game\\_gear3.jpg](http://helektron.com/wp-content/uploads/2007/12/game_gear3.jpg)



Figura 28: Lynx de Atari. Fuente: <http://eviluncle.files.wordpress.com/2009/04/atari-lynx.jpeg>

Durante esa época, Nintendo y Sega empiezan a introducir sus productos en el mercado europeo (Vela 2005:255) y a finales de 1991, movidas por las buenas perspectivas del nuevo mercado, comienzan a establecer filiales en la mayoría de países del viejo continente (Levis 1997:87).

En 1992, ambas empresas se sitúan entre las 10 primeras empresas del sector y los videojuegos representan alrededor del 10% del mercado mundial

audiovisual (Levis 1997:89). Sin embargo, durante 1993, la industria de los videojuegos comenzó a estancarse. Se produjo una fuerte caída de las ventas (Levis 1997:92), lo que de nuevo obligaba a las consolas a diseñar nuevos productos que lograsen satisfacer la demanda de los consumidores.

Por aquel entonces, se produce el surgimiento de la *World Wide Web*, que servirá como un nuevo tipo de plataforma para albergar juegos. Surgen entonces los "*first-person shooter games*", el primer tipo de juego online que permitía a los usuarios competir entre sí o contra el ordenador.

Entretanto, diversas empresas habían decidido dar un paso más y arriesgarse con el diseño de juegos más elaborados con entornos tridimensionales (principalmente en el campo de los PC) (Belli y López: 164), que pronto conseguirían ocupar un lugar destacado dentro del mercado. Así, en 1995, se produce de nuevo una guerra entre compañías y asistimos a la llegada de una nueva generación de videoconsolas, las de 32 bits, que traían como novedad la introducción del CD-Rom y los juegos 3D para consolas. Sega saca al mercado la *Saturn* y otra nueva empresa, de nombre Sony, logra introducirse en el sector gracias a su *Playstation*. No obstante, casi al mismo tiempo, empresas como Nintendo y Atari dan el salto a las consolas de 64 bits y sacan la *Nintendo 64* y la *Jaguar* respectivamente (Belli y López 2008: 164).



Figura 29: Sega Saturn. Fuente: [http://www.emuparadise.org/roms/Saturn/Sega Saturn.jpg](http://www.emuparadise.org/roms/Saturn/Sega%20Saturn.jpg)



Figura 30: Playstation 1. Fuente: <http://luisifb.files.wordpress.com/2009/08/playstation1.jpg>



Figura 31: Nintendo 64. Fuente: [http://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/8/82/Nintendo\\_64.jpg](http://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/8/82/Nintendo_64.jpg)



Figura 32: Atari Jaguar. Fuente: [http://www.planetesp.fr/uploaded\\_images/atari-jaguar-713985.jpg\\_64.jpg](http://www.planetesp.fr/uploaded_images/atari-jaguar-713985.jpg_64.jpg)

Algunos de los títulos más destacados de los elaborados para consolas domésticas a lo largo de la década de los 90 serán el *Monkey Island*, *La Leyenda de Zelda*, *Mortal Kombat*, *Doom*, *FIFA* y *Final Fantasy* (Gil y Vida 2007: 18-19).

Por aquel entonces, algunos fabricantes de teléfonos móviles se decidían también a ofrecer a sus usuarios algún tipo de entretenimiento. En 1997, Nokia toma la iniciativa e incorpora a su modelo 6110 el juego *Snake*, que tuvo una acogida extraordinaria, y que conseguiría convertirse en uno de los juegos más populares de la historia. El éxito fue inesperado incluso para su creador quien

más tarde afirmaba en una entrevista<sup>4</sup> (Martín y Martínez 2005) que la idea había surgido principalmente con el objetivo de sacar partido de los infrarrojos que incorporaba el teléfono móvil, lo que permitiría a los usuarios jugar unos contra otros.

Por su parte, los *arcade* habían comenzado a perder popularidad, por lo que para intentar recuperarla las empresas apostaron por el desarrollo de hardware específicos que no pudiesen ser imitados por las consolas domésticas (Balli y López 2008: 165). Así surgen títulos como *Virtual Racing* de Sega y *Ridge Racer* de Namco, que emulaban carreras de coches con gran realismo o pistas de baile como el *Dance Dance Revolution* de Konami.

En este ambiente de competitividad entre empresas que ansían dominar el mercado, las consolas pertenecientes a la llamada “generación de 128 bits” no se hicieron esperar. En 1998 Sega saca en Japón la *Dreamcast*, que no llegaría a occidente hasta un año más tarde. Sony contraatacaría en 2000 con la *Play Station 2* y Microsoft se introduciría en la industria en 2001 creando la *Xbox*. (Balli y López 2008: 166). Por su parte, Nintendo sacaría al mercado la consola sucesora de la *Nintendo 64*, la *Gamecube*.

---

<sup>4</sup> <http://www.nokia.es/home/acerca-de-nokia/prensa/vercomunicados?newsid=-1172>





Figura 33: Dreamcast.

Fuente:<http://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/2/20/DreamcastConsole.jpg>



Figura 34: Playstation 2. Fuente:

<http://www.comparestoreprices.co.uk/images/so/sony-playstation2-console.jpg>



Figura 35: Xbox. Fuente:

<http://videojuegos18.galeon.com/xbox.jpg>



Figura 36: Gamecube. Fuente:

<http://www.bliss.cyswest.org/gamecube.jpg>

Abrumada por el éxito del producto de Sony, Sega deja en 2002 la producción de hardware para centrarse exclusivamente en la producción de software (Balli y López 2008: 166).

Entretanto, Internet siguió perfilándose como una plataforma de juegos de éxito imparable. Un informe del *DFC Intelligence Online Market* revela que en 2002 ya había 50 millones de usuarios en todo el mundo que jugaban en red (Martínez y Baladrón 2005:254).

Ya en el año 2004 asistimos a una nueva lucha por el mercado de las consolas portátiles. Como habíamos visto, hasta la fecha la líder indiscutible era

la Gameboy de Nintendo y pocas empresas se habían atrevido a intentar disputarle ese liderazgo, sólo Atari con su *Lynx* y SNK, que en 1999 sacó al mercado la *NeoGeo Pocket*. En 2003, Nokia vuelve a abrir la veda creando la *N-Gage*, que aunaba juego, radio FM, reproducción de mp3 y de vídeo y telefonía móvil. Ante este nuevo producto, Nintendo responde con su *Nintendo DS* (que más tarde evolucionará en la *Nintendo DS Lite*) y Sony con la PSP (*Play Station Portable*). Estas dos últimas serán las que logren hacerse con la mayor parte del mercado, la Nintendo DS explotará los juegos de lógica y agilidad mental, mientras que la PSP se centrará en juegos deportivos o simuladores (Belli y López 2008: 175).



Figura 37: Nintendo DS Lite. Fuente: [http://www.paraisoinformatico.com/images/nintendo-ds\\_lite.jpg](http://www.paraisoinformatico.com/images/nintendo-ds_lite.jpg)



Figura 38: PSP. Fuente: [http://regmedia.co.uk/2004/05/12/sony\\_psp\\_1.jpg](http://regmedia.co.uk/2004/05/12/sony_psp_1.jpg)

El final de 2005 vio el surgimiento de la séptima generación de videoconsolas (Balli y López 2008: 166), mediante las cuales las empresas darán un salto cualitativo en lo referente a la calidad gráfica. La primera fue la Xbox 360 de Microsoft y a lo largo de 2006 Nintendo sacó la Wii y Sony la Play Station 3, que incluía como novedad el formato Blue Ray.



Figura 39: Xbox 360. Fuente: <http://www.getxbox360.com/wp-content/uploads/2008/01/xbox360elite.jpg>



Figura 40: Wii. Fuente: <http://www.sinmiedo.es/wp-content/uploads/2009/01/wii.jpg>



Figura 41: Playstation 3. Fuente: [http://centros5.pntic.mec.es/ies.maria.guerrero/tic/files/the\\_doctor/playstation-3.jpg](http://centros5.pntic.mec.es/ies.maria.guerrero/tic/files/the_doctor/playstation-3.jpg)

En la actualidad, todas las plataformas que han ido surgiendo a lo largo de la historia continúan coexistiendo, por lo que es frecuente que las empresas saquen un determinado juego al mercado en diferentes formatos para que pueda ser accesible al mayor número de usuarios.

A continuación ofrecemos una ampliación de la tabla elaborada por Levis (1997:86), que completamos con las consolas que han aparecido en el mercado en los últimos doce años, dado que consideramos que podría servir de ayuda a futuras investigaciones.

EMPRESA	PRODUCTO	TIPO	CAPACIDAD	LANZAMIENTO
NINTENDO	NES	Cons. cartucho	8 bits	1988
	Game&Watch	Portátil		1980
	Game Boy	portátil	8 bits	1990
	SuperNES	Cons.cartucho	16 bits	1991
	Nintendo 64	Cons.cartucho	64 bits	1996
	Gamecube	Mini DVD	128 bits	2001
	Nintendo DS	portátil	32 bits	2004
	Wii	DVD/DVD doble capa	128 bits	2006
SEGA	Master System	Cons.cartucho	8 bits	1988
	Mega Drive	Cons.cartucho	16 bits	1989
	Game Gear	Portátil	8 bits	1991
	Mega CD	Cons.CD-Rom	16 bits	1993
	MD 32X	Mega Drive CD	32 bits	1994
	Saturn	Cons. CD-Rom	32 bits	1995
	Dreamcast	Cons. CD-Rom	128 bits	1998
ATARI	2600	Cons. cartucho	8 bits	1977
	5200	Cons. cartucho	8 bits	1982
	7800	Cons. cartucho	8 bits	1986
	Lynx	Portátil	16 bits	1991
	Jaguar	Cons. CD-Rom	64 bits	1994
CAPCOM	CPS Changer	Cons. cartucho	16 bits	1994
COMMODEORE	Amiga CD32	Cons. CD-Rom	32 bits	1993
SNK	NeoGeo	Cons. Cartucho	32 bits	1992
	NeoGeo CD	Cons. Cd-Rom	32 bits	1995
PANASONIC	R.E.A.L. 3 DO	Cons. CD-Rom	32 bits	1995
NOKIA	N Gage	cartucho		2002
SONY	PlayStation	Cons. CD-Rom	32 bits	1995
	PlayStation 2	CD y DVD	128 bits	2000
	PSP	Portátil-UMD	128 bits	2004
	PlayStation 3	CD/DVD/BR	256 bits	2006
MICROSOFT	Xbox	DVD	32 bits	2001
	Xbox 360	DVD doble capa	256 bits	2005

Como muestra el breve repaso histórico que acabamos de hacer, los videojuegos constituyen un sector en evolución constante. La enorme variedad de plataformas que han ido coexistiendo a lo largo de la historia, conlleva a una multitud de juegos de diversas temáticas y con diferencias significativas entre ellos. La última generación de videojuegos además de presentar gráficos y efectos de sonido de altísima calidad, incrementa el grado de interactividad entre usuario y máquina, pudiendo el jugador seleccionar diversos elementos a lo largo de la partida.

Asimismo, es frecuente encontrar videojuegos como continuación de uno anterior. Son los denominados como “sagas”, en los que, al igual que en un libro o en una película, se produce el regreso de un determinado personaje o personajes que recrearán una nueva aventura.

Por lo tanto, los videojuegos constituyen, como veremos más adelante, un género muy interesante desde el punto de vista traductológico, debido a las peculiaridades que presenta.

### **3.1.1. Implantación en España**

La implantación de los videojuegos en España no se produce hasta la década de los 80, con la llegada de los ordenadores de 8 bits (Spectrum, Amstrad, Commodore 64 y MSX) al ámbito doméstico. La buena aceptación entre los consumidores provoca que en esa misma época comiencen a aparecer las primeras compañías desarrolladoras de software de entretenimiento. La primera fue Indescom, pionera en la distribución de ordenadores Sinclair y

Amstrad en España y editora de los dos primeros juegos realizados en España: *La Pulga* y *Fred*. Sin embargo, el periodo de existencia de esta compañía fue breve (poco más de dos años) y al disolverse sus miembros se separaron en dos grupos que fundarían otras dos empresas: Opera Soft, por un lado y Made in Spain, por el otro.

Esa época fue testigo del nacimiento de muchas más empresas. Entre las más destacadas se encontraban Dinamic, Opera, Zigurat y Topo Soft, que llegarían a cosechar un éxito bastante notable en Europa ocupando el segundo lugar en importancia, sólo por detrás del Reino Unido. Por otro lado, surge también Erbe Software que se convirtió en la principal distribuidora española de videojuegos a nivel europeo.

Aunque esas compañías fueron las que lograron hacerse un hueco en el mercado fuera de nuestras fronteras, lo cierto es que existían muchas otras (Comix, Gamesoft, Animagic, Aventuras AD, Arcadia...), cuya estrategia de mercado era vender los derechos de los juegos que producían a compañías más grandes. Asimismo, en esa época empieza a fraguarse también la figura del desarrollador freelance, que desde casa se encargaba de diseñar juegos, aunque sin ningún contrato estable con una compañía en concreto.

Esta época suele considerarse como la “época dorada” de los videojuegos, debido al éxito que cosecharon algunos de los productos que se desarrollaron en nuestro país. Esto se debió principalmente al ingenio de varios desarrolladores, que sin muchos medios, ni necesidad de realizar una inversión

inicial fuerte, consiguieron crear productos sencillos pero imaginativos, capaces de llegar al mercado y triunfar.

El triunfo de esta nueva industria provoca que empiecen a surgir revistas sobre videojuegos. La primera, la revista ZX, del año 1983 y dedicada casi en exclusiva a los ordenadores Sinclair, aunque también contenía algo de información sobre videojuegos. En 1984 nace MicroHobby dedicada a la plataforma Spectrum y en 1985 sale Micromanía, una publicación mensual que se centrará en los juegos para PC.

Sin embargo, a las puertas de la década de los 90 la situación comenzó a cambiar. Sólo las compañías más fuertes, como por ejemplo Dinamic y New Frontier, consiguieron resistir el cambio del sistema de 8 bits a 16 bits, lo que trajo como consecuencia el deterioro del mercado de producción español. Ambas empresas cambiarán sus nombres durante esa década por Dinamic Multimedia y Bit Manager, respectivamente.

También el fenómeno de la piratería supuso daños importantes en el nivel de ventas de las compañías (Rodríguez 2003). Por aquel entonces, los juegos se distribuían en formato cassette, cuya copia pirata suponía un coste mínimo a los usuarios, por lo que el fenómeno de las copias ilegales se expandió rápidamente, a pesar de los mecanismos que las compañías intentaron introducir para evitarlo. Como consecuencia de este hecho, las distribuidoras se vieron obligadas a rebajar drásticamente el precio de sus juegos, lo que al mismo tiempo les impedía obtener suficientes beneficios afectando cada vez más a su poder económico, puesto que, a pesar de que los juegos españoles conseguían

venderse a nivel internacional, el pilar básico de sus ventas era el territorio nacional.

Todos estos factores hicieron mella en las empresas españolas que poco a poco iban desapareciendo y dando paso a las producciones extranjeras, que serán las que acaben dominando el sector. De las compañías españolas tan sólo consiguieron resistir tres: Bit Manager (antes New Frontier), Zigurat, que pasará a centrarse en los juegos para máquinas recreativas y Dinamic. Con este panorama tan poco alentador, España deja de ser un país de desarrolladores para convertirse en uno de consumidores.

No será hasta el año 1993 cuando se empiecen a notar los primeros síntomas de la recuperación del mercado. Dinamic cambia su nombre por Dinamic Multimedia y comienza a sacar al mercado juegos de carácter deportivo como el *Pc Basket* y *Pc Fútbol* que, sobre todo en el segundo caso, obtuvieron un éxito bastante aceptable.

Sin embargo, el verdadero impulso al mercado nacional lo realizó Péndulo Studios, empresa creada en 1994, al diseñar la primera aventura gráfica realizada en España: *Igor Objetivo Uikokahonia* (Rodríguez 2003). Este videojuego fue publicado por Dro Soft (posteriormente Electronic Arts España). En vista del éxito conseguido en nuestro país, pronto se iniciaron las gestiones para distribuir el producto fuera de nuestras fronteras, diseñando una versión para Estados Unidos y otra para Infogrames (a nivel europeo). Finalmente la primera no obtuvo las ventas esperadas y la segunda no llegó ni a realizarse. Después de



Péndulo, otras compañías sacaron juegos de ese estilo, Aca Soft puso a la venta *Trick or Treat* y Alcachofa Soft el juego *Dráscula*.

Mientras tanto el mercado seguía avanzando y llegó la etapa de la migración a Windows 95, lo que de nuevo implicaba cambios en los diseños de los videojuegos. Empieza en ese momento una etapa clave para el mercado español, pues su presencia será cada vez más notable.

Se funda en ese año una nueva empresa, Virtual Toys, que más tarde se convertiría en la primera empresa, a nivel nacional, en realizar un videojuego sobre una película, concretamente sobre la película *Torrente* de Santiago Segura.

Digital Dreams Multimedia (DDM), por su parte, empezó a producir juegos de forma masiva en su lucha con Dinamic Multimedia por conseguir el liderazgo en ventas en quioscos compitiendo ambas con las grandes producciones que provenían, en su mayor parte, de las casas norteamericanas. DDM abarcó géneros que hasta entonces no se habían tratado, pero el ansia por desarrollar títulos en espacios muy cortos de tiempo iba en detrimento de la calidad de sus productos. Entre los juegos de DDM destacaron *Rol Crusaders* (el primer juego de rol hecho en España), *USA Soccer*, *PC Liga* (que levantaron una fuerte polémica debido a su gran parecido con el juego de Dinamic, *PC Fútbol*) y *Virtual Tennis*, así como otros títulos de casas independientes que también editó.

En 1996, una nueva compañía se da a conocer, NoriaWorks, que sacó títulos como *Speed Haste*, un simulador de coches que permitía dos modos de juego y *Trauma*, un juego de disparos (shoot'em up) ambientado en el espacio.

Ambos productos salieron a la venta simultáneamente consiguiendo un éxito inesperado.

Entretanto, Dinamic seguía triunfando con *PC Basket* y *PC Fútbol*. Durante el periodo 1995/1996 apostó por un cambio de tercio lanzando el juego *Artic Moves*, que no obtuvo demasiado éxito, por lo que en 1996 saca al mercado un nuevo título, *Los Justicieros*, de calidad bastante aceptable. En ese mismo año, la compañía decide exportar su *PC Fútbol* a Italia con el nombre *PC Calcio*, obteniendo unos resultados bastante buenos. A finales de 1996, Dinamic Multimedia da el primer paso para convertirse en una distribuidora editando el pack Multi Sports 97, que contenía tres juegos: *PC Basket 4.5*, *Actua Soccer* y *Speed Haste*. Coincide también con esa época la salida a la venta de *Three Skills of the Toltecs*, un juego de aventura gráfica desarrollado por Revistronic, que pronto se convirtió en un éxito nacional y europeo.

El año 1997 supondrá la consolidación definitiva de tres empresas: Dinamic Multimedia, Friendware y Digital Dream Multimedia. Al mismo tiempo otras tres compañías (Balance, Efecto Caos y Péndulo) de carácter independiente continuaban desarrollando productos. Tanto Balance como Efecto Caos desarrollaron juegos que serían publicados por Dinamic. Péndulo, por su parte, produjo una aventura gráfica, *Hollywood Monsters*, que llegaría a convertirse en el mejor producto español de ese año.

La industria española comienza, pues, a resurgir y con el objetivo de representar y contribuir al desarrollo próspero del sector de los videojuegos se funda en 1997 la Asociación Española de Distribuidores y Editores de Software de

Entretenimiento (ADESE) formada por compañías con una trayectoria demostrada en el sector.

Durante el año 1998 el sector ya empieza a mostrar signos evidentes de recuperación, de ahí que haya sido considerado por muchos expertos como el año del “resurgimiento”. Aparece en ese año un título que despertará una gran expectación. Se trata del juego *Blade* de Rebel Act Studios, un juego de acción en 3D que será distribuido por Friendware.

Cabe destacar también la aportación al sector de la compañía Pyro Studios, que mediante el juego *Commandos: behind enemy lines* (que llegaría a ser el tercer juego más vendido de todo el año 1998) logró convertirse, de manera discreta, en todo un referente en la producción de videojuegos de estrategia.

En 1999 surge otra empresa que logrará triunfar fuera de nuestras fronteras. Se trata de Fx Interactive, que enfocará su trabajo hacia la distribución de videojuegos tanto en España como en Italia. Al año siguiente nace en Málaga Legend Studios, otra empresa dedicada a la creación de software de entretenimiento que se centrará en los juegos de Estrategia en Tiempo Real. Uno de estos juegos será *War Times: European Frontline*, que se convertirá en el primer videojuego español publicado antes en EEUU y Canadá que en España.

Mientras tanto, la empresa Dinamic Multimedia, que seguía cosechando un éxito significativo gracias a *PC Fútbol*, se arriesga produciendo un juego totalmente online, *La prisión*, que aunque supuso una importante novedad para el sector no logró triunfar debido a diversos fallos que pronto se vieron

reflejados en las quejas de los usuarios. Este fracaso fue, probablemente, la principal causa de la desaparición, en 2001, de esta empresa madrileña.

A partir del año de la desaparición de Dinamic Multimedia surgen nuevas empresas en el panorama español, como por ejemplo, Digital Legends y Trilobite, en 2001, o Novarama y Gaelco Multimedia, en 2003.

El 1 de abril de 2001 entra en vigor un Código de Autorregulación de los Videojuegos, creado por ADESE, al que pronto se adherirá la totalidad del sector. Este sistema distingue 4 categorías de videojuegos: aptos para todos los públicos, para mayores de 13 años, para mayores de 16 años y de 18 años en adelante.

Por aquel entonces el interés suscitado por la industria de los videojuegos llega también al ámbito académico. En 2002 la Universidad Pompeu Fabra ofrece un programa de postgrado sobre videojuegos de 170 horas lectivas, repartidas durante 4 meses. El éxito de este posgrado hace que en 2003 la misma Universidad cree el primer Máster de Creación de Videojuegos en España, de 400 horas lectivas (equivalentes a 40 créditos) y que otras Universidades decidan apostar también por este sector, como la Universidad Complutense de Madrid, con su Máster en Desarrollo de Videojuegos, o la Universidad Europea de Madrid con el Máster en Diseño y Programación de Videojuegos.

En el año 2003, apenas un año y medio más tarde de que ADESE implantase su Código de Autorregulación de los Videojuegos, éste es sustituido por un nuevo sistema de ámbito europeo, PEGI, que aporta dos novedades:

- La introducción de más edades intermedias para la clasificación de los videojuegos por categorías.

- La creación de unos iconos descriptores de contenidos que explican los motivos por los que un determinado videojuego se adscribe a una cierta categoría de edad.

Los videojuegos siguen ganando adeptos cada día y en 2006 se crean los Premios Desarrollador\_Es 2006 con el fin de fomentar la industria española de los videojuegos. Al año siguiente nace la Asociación de Desarrolladores de Ocio Interactivo Digital (DOID), una asociación sin ánimo de lucro formada por profesionales y empresas del sector cuyo objetivo será promover tanto la industria como la cultura del videojuego a través del desarrollo de diferentes tipos de actividades.

Durante ese año siguen naciendo empresas, entre ellas Gammick Entertainment, integrada por profesionales del sector, cuya actividad se centrará en la producción de juegos para PC y consolas, así como en juegos para la Nintendo DS.

De acuerdo con AESE, el año 2007 fue un año sobresaliente para la industria de los videojuegos en España, cuyo crecimiento con respecto al año anterior fue del 50%.

En 2008, a pesar de las previsiones que auguraban un retroceso para la industria, debido a la crisis económica que planeaba sobre el mundo, ésta volvió a crecer de nuevo, registrándose, de este modo, una estabilización del mercado.

En ese mismo año, muchas de las empresas que conviven en el panorama español, hartas de crear videojuegos que no otorgaran el debido reconocimiento a nuestra industria (por distribuirse bajo el sello de empresas extranjeras), deciden unirse en torno a una nueva asociación: Desarrollo Español de Videojuegos (DEV), con el objetivo de dar a conocer la calidad de los productos elaborados en España y de ejercer de interlocutora entre las empresas de videojuegos y el gobierno.

Una prueba de la creatividad existente en nuestro país la conoceremos ese mismo año gracias a cinco alumnos del Máster de Creación de Videojuegos de la Pompeu Fabra a quienes se les otorga un premio del prestigioso *Independent Games Festival de la Game Developer's Conference* de EEUU en la categoría Juegos Realizados por Estudiantes por su *Galaxy Scraper*, un juego de plataformas que recrea un universo en 3D y en el que el usuario se pondrá en la piel de un héroe cuya misión será la de cruzar un sistema solar en miniatura.

Se hacía, pues, patente que en España contábamos con algunos de los mejores desarrolladores y creadores de videojuegos a nivel mundial, pero la falta de financiación impedía a las empresas triunfar en la misma medida que lo hacían las grandes compañías estadounidenses o japonesas. Un ejemplo de esta situación lo encontramos en el caso de la empresa española Virtual Toys, la cual produce videojuegos para la empresa francesa Ubisoft, que suponen el 10% de la facturación de esta última.

Gracias a la insistencia de todas las asociaciones creadas en torno a la protección del sector de los videojuegos español, el 26 de marzo 2009 se

aprueba en la Comisión de Cultura del Congreso una iniciativa del PSOE que reconoce la industria de los videojuegos como parte de nuestra cultura, con el fin de conceder ayudas a la promoción y financiación de las empresas españolas desarrolladoras de videojuegos.

En lo que va del año 2010, uno de los mayores éxitos de la industria española ha sido desarrollado por Akaoni Studio, una empresa afincada en Valencia, que ha conseguido arrasar en Japón con su título *Zombie Panic in Wonderland*, un juego de disparos en tercera persona.

De este modo, el sector de los videojuegos español ha logrado perfilarse como una de las salidas profesionales más importantes dentro de nuestro mercado laboral y esto se demuestra en el hecho de que algunas de las Universidades españolas hayan ofrecido durante el curso 2009/2010 formación en el ámbito de los videojuegos, principalmente en formatos de posgrado. Entre los principales estudios relativos al sector de los videojuegos encontramos:

- Máster Universitario en Diseño Multimedia de la Universidad autónoma de Barcelona,
- Máster en Desarrollo de Videojuegos de la Universidad Complutense de Madrid,
- Máster en Diseño y Programación de videojuegos de la Universidad Europea de Madrid,
- Máster en Creación y Producción Multimedia: tecnologías y aplicaciones de la Universidad Abierta de Cataluña,

- Máster en Diseño y Creación de Videojuegos de la Universidad Politécnica de Cataluña,
- Postgrado en Herramientas, Técnicas y Diseño de Videojuegos de la Universidad Politécnica de Cataluña,
- Especialista profesional en producción multimedia de la Universidad Politécnica de Valencia,
- Máster en creación de videojuegos de la Universidad Pompeu Fabra.

### **3.2. Propuestas de clasificación de los videojuegos**

La elaboración de una tipología de videojuegos resulta una tarea ardua, puesto que existen una gran variedad de factores y criterios que podrían dar lugar a infinitas clasificaciones. Esta problemática ya ha sido planteada por Tejeiro y Pelegrina (2003:20-21).

Hasta la fecha se han realizado innumerables clasificaciones de los videojuegos, utilizándose para ello criterios muy diversos: *hardware* que incorporan, contenidos, habilidades necesarias para jugarlos, destinatarios, etc. Además, casi todos los autores destacan que sus respectivas propuestas no son ni exhaustivas ni exclusivas, puesto que la complejidad de los videojuegos hace que muchos de ellos puedan ser incluidos simultáneamente en varias categorías (Tejeiro y Pelegrina 2003:20-21).

Durante nuestra búsqueda bibliográfica comprobamos que la mayoría de los autores realizan propuestas basadas en el género de los videojuegos. Nosotros, sin embargo, optamos por ofrecer las tres clasificaciones que consideramos interesantes desde el punto de vista de la traducción: una basada en la interfaz utilizada para jugar, una basada en la temática en la que se puede incluir el videojuego y otra en función del público al que van dirigidos.



### 3.2.1. Tipos de videojuegos según la interfaz utilizada para jugar

Esta primera categoría resulta interesante, puesto que el tipo de interfaz será el primer indicador que condicione el *skopos* del traductor. Dependiendo del tipo de plataforma a la que vaya destinado un determinado juego, el traductor podrá verse sometido a restricciones de espacio, por lo que deberá adaptar su traducción a un número de caracteres determinado. Además, como indica Loureiro (2007:3), la terminología puede variar dependiendo de la plataforma. Así el verbo *press* podrá ser traducido como “presionar” o como “pulsar” en función de la plataforma a la que vaya destinado un determinado juego.

Algunos de los autores que han elaborado clasificaciones de videojuegos a partir de la interfaz utilizada son: Vela (2005:256-258), Bernal Merino (2006: 24-26), Tejeiro y Pelegrina (2003:21) y Marx (2007:144)

Para elaboración de nuestra propuesta nos basaremos tanto en sus aportaciones como en todos los datos recabados durante la elaboración del repaso histórico de los videojuegos. Así, nosotros distinguimos seis tipos de videojuegos en función de la interfaz utilizada para jugar.



Figura 42: Videojuegos según la interfaz.

a) Juegos en máquinas en lugares públicos.

Las máquinas que incluyen estos juegos son comúnmente conocidas como “arcades” y, por lo general, se encuentran en lugares públicos que disponen de zonas dedicadas al ocio y entretenimiento, ya sea en salones recreativos, centros comerciales o bares. Como vimos anteriormente, los primeros videojuegos que se crearon iban destinados a este tipo de máquinas.

No suelen contener demasiado texto, por lo que, como indica Vela (2005:256), no resultan demasiado interesantes desde el punto de vista de la localización.

b) Juegos para PC.

Este tipo de juegos adquirió un gran éxito durante la década de los 80, época en la que se produjo un incremento significativo en la venta de ordenadores y éstos pasaron a ser utilizados en el ámbito doméstico. El soporte en el que se distribuyen ha ido evolucionando a lo largo de los años, a medida que se producía un avance tecnológico en la fabricación de ordenadores, pasando del cassette o disquete utilizados en un pasado no tan lejano al CD-ROM y DVD usados en la actualidad.

c) Juegos para consola.

Las consolas son dispositivos electrónicos, diseñados específicamente para la ejecución de juegos. Para la visualización de este tipo de juegos es

necesario conectar la consola a la pantalla de un televisor y a la red eléctrica para su alimentación.

Al igual que en el caso de los ordenadores personales, el soporte en el que se distribuyen este tipo de juegos ha ido evolucionando con las propias consolas. Así, encontramos diversos soportes utilizados para su comercialización como cartuchos, CD-Rom, tarjeta de memoria, DVD o Blue-Ray.

La principal diferencia que encontramos entre los ordenadores personales y las consolas es que estas últimas están específicamente diseñadas para el entretenimiento, mientras que el fin último de los ordenadores personales no es sólo ese.

Sin embargo, mientras que todos los juegos desarrollados para PC serán aceptados por cualquier ordenador, en el caso de las consolas no sucede lo mismo, y cada empresa desarrolla su propia consola y los juegos destinados a ella, que serán incompatibles con consolas de otras marcas, lo cual constituye un gran inconveniente desde el punto de vista del usuario.

d) Juegos para consola portátil.

La consola portátil es también un dispositivo electrónico que, a diferencia de la consola clásica, cuenta con una pantalla de visualización integrada y una fuente de alimentación propia (pilas o baterías).

Su tamaño es bastante menor al de la consola y por este motivo el principal problema desde el punto de vista de la localización es la restricción de espacio y caracteres.

e) Juegos para teléfono móvil.

Este tipo de juegos han cosechado un gran éxito en los últimos años, de hecho, el mercado español ocupa el segundo lugar del mercado europeo en volumen de descargas de videojuegos para móviles (Vela 2005:257).

Los primeros juegos destinados a este tipo de dispositivos solían ser sencillos pero, con el paso del tiempo, y debido a los avances técnicos de los terminales de telefonía móvil, en la actualidad ya encontramos juegos de enorme calidad y sofisticación.

Al igual que en el caso de las consolas portátiles, existen grandes limitaciones de espacio por lo que este tipo de juegos no suelen contener demasiado texto.

f) Juegos on-line.

Incluimos en esta categoría los juegos disponibles en páginas web, a los que los usuarios pueden acceder conectándose a Internet. Muchos de estos juegos están basados en otros juegos diseñados para otro tipo de interfaz. La novedad que incluyen algunos de ellos es la posibilidad de jugar en red con jugadores de otros lugares del mundo.

Como indica Vela (2005:258), la mayoría de estos juegos se encuentran en inglés precisamente para facilitar el acceso de usuarios de diferentes países, por lo que muchos de ellos no se localizan. Un ejemplo de juego no localizado, que ha conseguido millones de adeptos en poco tiempo es el juego *Farmville* alojado en la red social *Facebook* (Quenqua 2009). Resulta curioso porque

aunque dicha red sí dispone de versiones localizadas a diferentes idiomas, la mayoría de las aplicaciones destinadas al entretenimiento que incluye están en inglés.



Figura 43: Captura de una de las pantallas del juego *Farmville*.

### 3.2.2. Tipos de videojuegos según la temática

La mayoría de los autores que han realizado algún tipo de clasificación de videojuegos lo hacen atendiendo al género.

Al igual que Levis (1997:167), nosotros también pensamos que resulta difícil elaborar una clasificación precisa atendiendo a la temática encontrada en los videojuegos, puesto que, en la actualidad los creadores de videojuegos tienden a combinar diversas temáticas con el fin de conseguir un argumento más variado y atraer al mayor número de usuarios posible.

Nuestra propuesta de clasificación temática de videojuegos surge de la idea de proporcionar al localizador una tipología que refleje las diferentes categorías terminológicas a las que se pueden adscribir los textos de los videojuegos. De esta forma, el localizador podrá observar las coincidencias de terminología en dos juegos pertenecientes a una misma categoría y, en consecuencia, detectar cuáles son los problemas terminológicos más comunes dentro de cada categoría. Coincidimos, por lo tanto, con Bernal-Merino (2007:2), puesto que al igual que dicho autor nosotros también consideramos de suma importancia que el localizador esté familiarizado con los diferentes géneros de videojuegos existentes, ya que de esta forma será consciente de las dificultades que le podrán surgir durante el proceso de localización y podrá realizar un proceso de documentación previo a partir de otros productos similares que se encuentren ya en el mercado meta.

Como indica Scholand (2002:4), la temática principal condicionará tanto el nivel estilístico como terminológico del texto que aparezca en un determinado videojuego. Además, el género de un videojuego nos da una idea del volumen de palabras al que nos enfrentaremos, no será lo mismo localizar un juego de carreras prácticamente carente de texto que un juego de aventura, que incluya diálogos y misiones (Díaz Montón 2006:1).

Para la elaboración de nuestra propuesta nos basamos en los trabajos de Levis (1997:167-175); Scholand (2002: 1-4); Pérez, Postigo y Sedeño (2004); Vela (2005:258-261); Carrasco (2006:3-9); Gil y Vida (2007: 20-26); Musburger (2007: 203-218), Marx (2007: 40-44) y Engenfeldt, Heide y Pajares (2008:40-44).

Distinguimos, pues, ocho tipos de videojuegos según la temática del argumento.



Figura 44: Videojuegos según la temática.

a) Juegos de aventura.

En esta categoría, encontramos un amplio abanico de juegos. Desde historias de mundos fantásticos, pasando por aventuras de detectives o historias realistas, relacionadas con la actualidad, o historias de un futuro lejano.

En ellos, por lo general, el personaje principal se encuentra inmerso en un mundo de misterio que obliga al jugador a ir resolviendo enigmas y sortear peligros para seguir avanzando y alcanzar el objetivo que se le ha indicado al comienzo del juego.

La peculiaridad de este tipo de juegos es que la estructura narrativa no tiene por qué desarrollarse de manera lineal, sino que puede variar dependiendo de las decisiones que vaya tomando el usuario.

Desde el punto de vista de la traducción, la mayor parte del texto la encontraremos en forma de diálogos cuando los protagonistas se encuentran con otros personajes y éstos les proporcionan información relevante para el objetivo de su misión.

Algunos de los títulos más conocidos que se incluyen dentro de este grupo son: *Legend of Zelda* o *Harry Potter*.

b) Juegos de acción.

La mayoría de los primeros juegos que salieron al mercado se incluían dentro de este grupo. Son juegos con alto contenido de acción y tensión y requieren una rápida reacción, buena sincronización y concentración continua (Sholand 2002:2).

En estos juegos encontramos dos modalidades de juego: juegos de acción en primera persona (FPS) y juegos de acción en tercera persona.

En los juegos de acción en primera persona (FPS), el usuario se sumerge desde el primer momento en el argumento de la historia como si formase parte de una película. La acción es mostrada mediante planos subjetivos, por lo que el jugador controla la acción desde el punto de vista del propio personaje. Algunos de los títulos más conocidos que se incluyen dentro de este grupo son los juegos de la saga *Doom* o el *Halo*.

Los juegos de acción en tercera persona se diferencian de los anteriores en que en este caso el jugador no se identifica tanto con el personaje, puesto que éste se ve de forma completa en la pantalla. Un ejemplo de este tipo de videojuegos es la saga de *Tomb Raider*. En lo que concierne a la temática distinguimos tres tipos de juegos de acción: juegos de combate (*Beat'em up*), juegos de tiro (*Shoot'em up*) y juegos de guerra.



Los juegos de combate (también denominados *Beat'em up*) recrean la lucha cuerpo a cuerpo entre dos personajes controlados por los jugadores y suelen contener un alto contenido de violencia explícita y de sangre. Entre estos juegos podemos destacar *Mortal Kombat*, *Tekken*, *Street Fighter* y *Virtua Fighter*.

Por su parte, los juegos de disparo (*Shoot'em up*) tienen como misión disparar a todo lo que aparezca en la pantalla. Al igual que los juegos de combate contienen una alta carga de violencia. En la actualidad, gracias a los accesorios que incluyen muchos videojuegos es posible jugar usando la réplica de una pistola, con lo que se consigue dotar al juego de mucho más realismo. Un ejemplo de este tipo de videojuegos es *Max Payne*.

Los juegos de guerra constituyen un híbrido entre los juegos de combate y los juegos de disparo. En ellos la acción suele transcurrir en un escenario bélico y el jugador debe luchar contra su enemigo en un conflicto armado.

La cantidad de texto presente en estos juegos varía en función del hilo argumental, lo que sí que podrá prever el localizador es el registro coloquial empleado por lo general y el vocabulario relacionado con la violencia, las armas, etc.

### c) Juegos de rol.

En estos juegos, a veces el usuario tiene la opción de crear el diseño del personaje y su misión consiste en alcanzar diversos objetivos entrelazados entre sí, por este motivo el argumento del juego suele transcurrir de manera lenta. Al

igual que en los juegos de aventura, la acción no transcurre de forma estrictamente lineal, sino que serán producto de las decisiones o caminos que tome el usuario. Entre los títulos más famosos se encuentran la saga *Final Fantasy* y *Diablo* (Vela 2005:260).

Los mayores problemas que presentan este tipo de juegos, desde el punto de vista de la localización, son de carácter lingüístico debido a la gran cantidad de texto que contienen.

d) Juegos de estrategia.

Los juegos de estrategia se centran en el establecimiento de hipótesis, cálculos, razonamiento lógico y toma de decisiones para conseguir un objetivo. Este tipo de juegos se basan primordialmente en el desarrollo argumental, por lo que el peso del juego recae en la multiplicidad de opciones ofrecidas y la complejidad de las soluciones sin, por supuesto, descuidar la calidad gráfica o el sonido del juego.

Dentro de los juegos de estrategia distinguimos dos subgéneros: juegos en tiempo real, en los que los jugadores realizan sus acciones a la vez, y juegos por turnos, en los que los jugadores realizan los movimientos de manera alterna. Entre los primeros destacamos sagas como *Age of Empires*, *Warcraft* o *Starcraft* y entre los segundos encontramos por ejemplo el juego *Civilization*.

Muchos de los juegos de esta categoría suelen estar ambientados en contextos históricos, por lo que no será extraño que el localizador se encuentre con textos de ese tipo.

e) Juegos de deportes.

Los juegos de deportes han gozado desde siempre de una gran aceptación. Se trata de uno de los géneros más versátiles, puesto que abarcan un amplio abanico de deportes como el fútbol, baloncesto, esquí, tenis, hockey o golf. Debido a su gran realismo, algunos autores los incluyen dentro de la categoría simuladores.

Estos juegos requieren velocidad de reflejos por parte del usuario, así como un buen dominio del teclado o del mando de la consola durante toda la partida. Algunos ejemplos de este tipo de videojuegos son PC Futbol, *Virtua Tennis* o *Pro Evolution Soccer*.

Desde el punto de vista de la traducción, la dificultad de este tipo de juegos radica en la terminología. Se trata de un vocabulario muy especializado, por lo que sería recomendable que el localizador estuviese familiarizado con el deporte sobre el que trata el juego. A este respecto Barreras (2003: 6) cuenta cómo en un juego de fútbol se tradujo en un primer momento “runs” como “carreras”, cuando la traducción correcta en ese contexto sería “desmarques”.

g) Juegos de plataformas.

Este tipo de juegos han constituido el género por excelencia de las videoconsolas durante toda la historia de los videojuegos. Por lo general, en ellos el personaje debe ir avanzando a lo largo de las diferentes pantallas para cumplir una misión, que en los juegos clásicos solía consistir en rescatar a una princesa. Normalmente se encontrará con terrenos hostiles que le llevarán a tener que

saltar obstáculos y a esquivar objetos o enemigos. A medida que se van avanzando niveles, el juego va ganando dificultad, lo que requiere una reacción más rápida por parte del jugador.

Al tratarse de una categoría que no suele incluir violencia explícita, muchos de los juegos protagonizados por personajes infantiles populares han sido editados en forma de juegos de plataforma.

Algunos de los más conocidos son *Super Mario Bros*, *Donkey Kong* y *Sonic the Hedgehog*.

#### h) Simuladores.

Los simuladores son juegos de gran realismo. Por lo general, están relacionados con algún medio de transporte que el usuario deberá dirigir sorteando obstáculos o ganando carreras hasta completar la totalidad del recorrido, como el videojuego *Formula 1*.

Se incluyen también en esta categoría los simuladores de vuelo como *Flight Simulator* o los juegos de simulación social, como por ejemplo el exitoso juego de *Los Sims*.

Este tipo de videojuegos suelen ser sencillos desde el punto de vista de la localización, puesto que apenas contienen texto y tampoco suele ser necesario realizar adaptaciones culturales.

- i) Juegos de lógica (puzzles, juegos de preguntas).

Estos juegos requieren pensamiento lógico, mnemotecnia, sentido de la orientación y velocidad de reacción por parte del usuario.

Incluimos también en este grupo los denominados “juegos de sociedad”, adaptaciones de juegos clásicos como el ajedrez, el solitario o el tres en raya, que al no contener prácticamente texto resultan poco interesantes desde el punto de vista de la localización.

### **3.2.3. Tipos de videojuegos según el público al que van dirigido**

Al igual que ocurre en la traducción de literatura o de películas, el público receptor de un determinado videojuego constituye un factor importante que el localizador deberá tener en cuenta. De esta forma, la terminología empleada en un videojuego cuyo destinatario son los niños no será la misma que la empleada en un videojuego para adultos.

Esta clasificación varía en función de los países en los que los juegos vayan a ser comercializados. Así, un videojuego no tiene por qué tener la misma clasificación en todos.

Los principales sistemas de clasificación a nivel mundial son:

- a) PEGI (Europa excepto Alemania)

En el año 2003 la Federación de Software Interactivo de Europa (ISFE) crea un sistema de clasificación por edades de los videojuegos. Este sistema, que recibe el nombre de PEGI (Información Panaeuropea sobre Juegos), ha sido ya adoptado por 30 países (Austria, Dinamarca, Hungría, Letonia, Noruega,

Eslovenia, Bélgica, Estonia, Islandia, Lituania, Polonia, España, Bulgaria, Finlandia, Irlanda, Luxemburgo, Portugal, Suecia, Chipre, Francia, Israel, Malta, Rumanía, Suiza, República Checa, Grecia, Italia, Países Bajos, República Eslovaca y Reino Unido) y tiene como objetivo primordial garantizar que el contenido de los productos de entretenimiento sea etiquetado por edades en función de su contenido con el fin de servir como medio de protección de la infancia. Por lo tanto, la clasificación PEGI califica los juegos teniendo en cuenta la idoneidad de sus contenidos para determinadas edades, no su nivel dificultad.

Esta clasificación distingue cinco niveles de edad: 3, 7, 12, 16 y 18 y en los juegos aparecerán indicadas en pegatinas que se colocan tanto en el anverso como en el reverso de las cajas de los juegos.



Los juegos calificados como PEGI 3 se consideran aptos para todas las edades. Son juegos en los cuales el contenido violento (con la excepción de pequeñas dosis de violencia en un contexto cómico) o de carácter sexual es prácticamente inexistente, no incluyen lenguaje soez ni sonidos o imágenes que puedan asustar a los niños pequeños.



Los juegos PEGI 7 son de contenido similar a los de PEGI 3, pero pueden contener escenas que asusten a los niños pequeños. En esta categoría se permiten escenas de desnudo parcial, pero nunca en un contexto sexual.



La categoría PEGI 12 incluye los videojuegos que muestran violencia gráfica hacia personajes de fantasía y/o violencia no gráfica hacia personajes de aspecto humano o hacia animales reconocibles. Asimismo pueden contener desnudos de naturaleza algo más gráfica y lenguaje soez aunque de carácter suave.



La etiqueta PEGI 16 se aplica cuando la representación de la violencia o de la actividad sexual alcanza un nivel similar al que cabría esperar en la vida real. El lenguaje que contienen este tipo de videojuegos suele ser más soez y pueden tratarse temas como el uso del tabaco, drogas o actividades delictivas.



La etiqueta PEGI 18 equivale a la clasificación de adulto. Se aplica cuando el videojuego contiene un alto grado de violencia.

En el reverso de las cajas de los videojuegos aparecen otro tipo de descriptores mediante los cuales se indican los motivos específicos por los que un videojuego ha sido calificado para determinadas edades. Estos descriptores son ocho y su representación iconográfica es la siguiente:



Lenguaje soez: el juego contiene un lenguaje grosero, inadecuado para ciertas edades.



Discriminación: el juego contiene representaciones discriminatorias o material que puede favorecer la discriminación.



Drogas: el juego hace referencia o muestra el uso de las drogas.



Miedo: el juego puede contener imágenes o sonidos que asusten a los niños.



Juego: el juego puede llegar a incitar a la ludopatía, ya sea porque fomenta el juego de azar y apuestas o porque enseña a jugar.



Sexo: el juego contiene referencias sexuales o representaciones de desnudez.



Violencia: el juego contiene representaciones violentas.



En línea: el juego puede jugarse en línea con otras personas.

Para la puesta en práctica de esta clasificación, el ISFE encomendó la gestión diaria y el desarrollo del sistema a una entidad independiente denominada PEGI S.A., que contó a su vez con la colaboración de otros dos administradores. El primero de ellos es el NICAM (Instituto Holandés de



Clasificación de Medios Audiovisuales), el cual asume las tareas de revisión de los juegos de nivel 3 y 7, formación, archivo de juegos PEGI y concesión de licencias PEGI.

El segundo de los organismos independientes que administran el sistema en nombre de PEGI es el VSC (Video Standards Council), con sede en el Reino Unido y cuyas tareas consisten en revisar los juegos de mayores edades (clasificación 12,16 y 18).

En la actualidad, debido al creciente aumento de páginas web que contienen pequeños juegos, se ha diseñado una nueva etiqueta, PEGI OK, la cual sirve para indicar que el juego no incluye ningún contenido inapropiado y es, por lo tanto, adecuado para cualquier edad.



Para que un juego sea calificado como PEGI OK, no podrá contener ninguno de los elementos siguientes: violencia, actividad sexual o insinuación sexual, desnudo, lenguaje soez, juegos de apuestas, fomento o consumo de drogas, fomento de alcohol o tabaco o escenas de miedo.

Los propietarios de las páginas web o portales de juegos que deseen que su producto sea calificado con esta etiqueta deberán realizar una declaración en la que afirmen que el juego no contiene material que precise otro tipo de clasificación específica.

En el caso en el que un juego on-line contenga alguno de estos elementos, deberá ser clasificado según el sistema estándar de clasificación PEGI,

es decir, mediante una etiqueta de clasificación por edad y un descriptor/es de contenido.

b) USK (Alemania)

Como hemos visto anteriormente, la mayoría de los países europeos clasifican sus videojuegos según el sistema PEGI. No obstante, existen excepciones y una de ellas es Alemania, país que tiene su propio sistema de clasificación conocido como USK (*Unterhaltungssoftware Selbstkontrolle*).



*Freigegeben ohne Altersbeschränkung gemäß § 14 JuSchG.* (Sin restricciones de edad)

Se incluyen en esta categoría los juegos, que por su contenido carente de cualquier tipo de violencia o contenido sexual, son idóneos para los niños. Sin embargo, la dificultad del juego puede ser, aún así, excesiva para los más pequeños.



*Freigegeben ab 6 Jahren gemäß § 14 JuSchG.* (Para mayores de 6 años)

Pertenecen a esta categoría los juegos que, por su naturaleza cómica o abstracta, pueden resultar demasiado complicados para niños menores de 6 años.



*Freigegeben ab 12 Jahren gemäß § 14 JuSchG. (Para mayores de 12 años)*

A esta edad los usuarios pueden diferenciar entre fantasía y realidad. Algunos de los conceptos que presentan este tipo de juegos (leyendas, mitos, etc.) pueden ser difíciles de comprender para menores de 12 años.



*Freigegeben ab 16 Jahren gemäß § 14 JuSchG. (Para mayores de 16 años)*

Este tipo de juegos pueden incluir contenido para adultos, por lo que se requiere un cierto grado de madurez por parte de los usuarios.



*Keine Jugendfreigabe gemäß § 14 JuSchG. (Para mayores de 18 años)*

Los juegos clasificados con esta etiqueta sólo son adecuados para adultos. El alto grado de violencia que contienen podría perjudicar el desarrollo de niños o jóvenes.

c) ESRB (EE.UU. y CANADÁ)

En Estados Unidos cuentan con el sistema ESRB (*Entertainment Software Rating Board*), que clasifica los videojuegos en función de su contenido. EL ESRB distingue siete categorías:



**EARLY CHILDHOOD (EC)**

Pertenecen a esta categoría los videojuegos cuyo contenido es apto para edades a partir de los 3 años. No contiene ningún tipo de material que los padres puedan considerar inapropiado.



**EVERYONE (E)**

El contenido de estos videojuegos es adecuado para edades a partir de los 6 años. Los títulos incluidos en esta categoría pueden contener fantasía, algo de violencia y lenguaje soez de carácter suave.



**EVERYONE 10+ (E10+)**

Videojuegos recomendados para jugadores a partir de los 10 años de edad. El material puede contener un grado medio de violencia y lenguaje soez.



### **TEEN (T)**

Los videojuegos incluidos en esta categoría pueden ser adecuados para edades de 13 años o más. Los títulos pueden contener un mayor grado de violencia, escenas de sangre, juegos de azar y lenguaje soez.



### **MATURE (M)**

Productos recomendados para usuarios a partir de los 17 años de de edad. Los videojuegos pueden contener escenas de gran violencia, sangre y horror, contenido sexual y lenguaje soez.



### **ADULTS ONLY (AO)**

Los videojuegos pertenecientes a esta categoría incluyen contenido recomendado únicamente para personas a partir de los 18 años de edad. En ellos podemos encontrar escenas de intensa violencia o contenido sexual y desnudez.



## RATING PENDING (RP)

Encontramos en esta categoría los títulos que han sido sometidos a la evaluación de la ESRB y están a la espera de una categorización final. Este símbolo aparece sólo en demos y en la publicidad de videojuegos que aún no han salido a la venta.

Entre los descriptores<sup>5</sup> elaborados por la ESRB encontramos:

- *Alcohol reference* (referencias al alcohol): referencias o imágenes de bebidas alcohólicas.
- *Animated Blood* (animaciones de sangre): caricaturas o imágenes pixeladas de sangre.
- *Blood* (Sangre): Imágenes de sangre realistas.
- *Blood and gore* (sangre y sangre derramada): Imágenes de sangre o de mutilaciones de partes del cuerpo.
- *Cartoon Violence* (violencia animada): Acciones violentas que involucran personajes animados. Puede incluir violencia donde un personaje ha salido ileso después de haber tenido lugar la acción violenta.
- *Comic Mischief* (travesuras cómicas): escenas o diálogos en los que aparecen golpes o humor vulgar.
- *Crude Humor* (humor vulgar): Humor vulgar, incluyendo humor escatológico.

---

<sup>5</sup> Las traducciones entre paréntesis son nuestras.

- *Drug Reference* (referencia a la droga): referencias o imágenes de drogas ilegales.
- *Fantasy Violence* (violencia de fantasía): Acciones violentas de naturaleza fantástica, incluyendo personajes humanos y no humanos en situaciones fácilmente diferenciables de la realidad.
- *Intense Violence* (violencia intensa): Representaciones gráficas o realistas de conflictos físicos. Puede incluir imágenes extremas o realistas de sangre, mutilaciones, armas de fuego, heridas físicas y la muerte.
- *Language* (lenguaje): uso pequeño o moderado de lenguaje soez.
- *Lyrics* (letras de canciones): referencias leves a la sexualidad, violencia, alcohol o drogas en las letras de las canciones.
- *Mature Humor* (Humor maduro): diálogos que incluyen humor para adultos, incluyendo referencias sexuales
- *Nudity* (desnudez): imágenes prolongadas de desnudez.
- *Partial Nudity* (desnudez parcial): imágenes breves de desnudez.
- *Real Gambling* (apuestas reales): el jugador puede apostar dinero real.
- *Sexual Content* (contenido sexual): representaciones no explícitas de comportamiento sexual pudiendo incluir escenas de desnudez parcial.
- *Sexual Themes* (temas sexuales): referencias al sexo o a la sexualidad.
- *Sexual Violence* (violencia sexual): escenas de violaciones u otro tipo de actos sexuales violentos.
- *Simulated Gambling* (apuestas simuladas): el jugador puede apostar pero sin utilizar dinero real.

- *Strong Language* (lenguaje fuerte): uso frecuente o explícito de lenguaje soez.
- *Strong Lyrics* (letras de canciones fuertes): referencias explícitas o frecuentes al sexo, violencia, alcohol o drogas en las letras de las canciones.
- *Strong Sexual Content* (contenido sexual fuerte): representaciones explícitas o frecuentes de comportamiento sexual, pudiendo incluir escenas de desnudos.
- *Tobacco Reference* (referencias al tabaco): referencia o imágenes de tabaco.
- *Use of Drugs* (uso de drogas): referencias al consumo o uso de drogas ilegales.
- *Use of Alcohol* (uso de alcohol): referencias al consumo de bebidas alcohólicas.
- *Use of Tobacco* (uso de tabaco): referencias al consumo de tabaco.
- *Violence* (violencia): escenas que muestran conflictos agresivos.
- *Violent References* (referencias a la violencia): referencias a actos violentos.



d) DJCTQ (Brasil)

Aunque inicialmente Brasil seguía la clasificación de Estados Unidos y Canadá, en la actualidad es el *Departamento de Justiça, Classificação, Títulos e Qualificação* (Departamento de Justicia, Clasificación, Títulos y Cualificación), dependiente del Ministerio de Justicia, el encargado de clasificar películas, programas de televisión y videojuegos. Distingue siete categorías:



*Livre*: el contenido es apto para todos los públicos.



*Especialmente recomendado*: el juego es apto para todos los públicos pero se recomienda especialmente para niños de 9 a 12 años y adolescentes.



*10 anos*: recomendado para mayores de 10 años. Puede contener lenguaje obsceno, amenazas, agresiones físicas o verbales y hacer referencia al consumo de drogas.



*12 anos*: recomendado para mayores de 12 años. Puede contener lenguaje y gestos obscenos, agresiones físicas o verbales, exposiciones de cadáveres, referencias al consumo de drogas y referencias sexuales.

14

*14 anos*: recomendado para mayores de 14 años. Puede contener lenguaje soez, escenas de desnudos y relaciones íntimas (incluida la masturbación), escenas violentas (agresiones físicas y verbales, asesinato, tortura, suicidio) y referencias al consumo de drogas.

16

*16 anos*: recomendado para mayores de 16 años. Puede contener relaciones sexuales, escenas de desnudos, violencia detallada (asesinato, agresiones físicas, tortura, mutilaciones y abusos sexuales), consumo explícito de drogas ilegales, incitaciones al consumo de drogas.

18

*18 anos*: prohibido a menores de 18 años. Puede contener sexo explícito, pornografía, violencia excesiva (asesinato, tortura, suicidio, mutilaciones, exposición detallada de cadáveres), apología a la violencia, consumo explícito y repetido de drogas, apología al consumo de drogas.

#### e) CERO (Japón)

En Japón encontramos dos organismos que clasifican los videojuegos: el *Computer Entertainment Rating Organization System* (CERO), para juegos de consola y el *Ethics Organization of Computer Software* (EOCS), para juegos de PC.

El sistema cero distingue cinco categorías de videojuegos:



A: para todas las edades.



B: para mayores de 12 años.



C: para mayores de 15 años.



D: para mayores de 17 años.



Z: para mayores de 18 años.

Por su parte, el sistema EACS distingue tres categorías de juegos:

- General: para todas las edades.
- Restringido: para mayores de 15 años.
- 18+: para mayores de 18 años.

f) GRB (Corea)

En Corea el *Game Rating Board* es el encargado de clasificar los videojuegos en función de su contenido.



Contenido apto para todos los públicos.



Contenido apto para mayores de 12 años.



Contenido apto para mayores de 15 años.



Contenido apto para mayores de 18 años.

g) OFLC (Australia y Nueva Zelanda)

En Australia la *Office of Film and Literature Classification* es la encargada de clasificar por edades el cine, los videojuegos y la literatura.

Distingue las siguientes categorías:



*General (G)*: el contenido es apto para todos los públicos.



*Parental Guidance (PG)*: el contenido es apto para menores siempre y cuando estén supervisados por adultos.



*Mature (M)*: recomendado para usuarios adultos.



*Mature (MA 15+)*: el contenido es de carácter fuerte. Videojuego para mayores de 15 años.



*Restricted (R18+)*: mayores de 18 años.



*X 18+*: mayores de 18 años. Contiene referencias sexuales explícitas.

Un organismo de igual nombre se encarga también de la clasificación en Nueva Zelanda, aunque presenta algunas diferencias en cuanto al establecimiento de categorías.



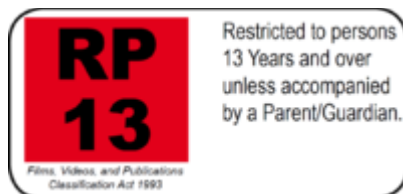
*General (G)*: el contenido es apto para todos los públicos.



*Parental Guidance (PG)*: el contenido es apto para menores siempre y cuando estén supervisados por adultos.



*Mature (M)*: recomendado a mayores de 16 años.



*RP13*: para mayores de 13 años.



*R15*: Para mayores de 15 años.



*R16*: para mayores de 16 años.



*R18*: para mayores de 18 años.



*Restricted (R)*: restringidos a un determinado grupo o para un propósito particular.





## **CAPÍTULO 4:**

# **LA LOCALIZACIÓN DE VIDEOJUEGOS**



En el año 2000, cerca del 80% de los productos informáticos se localizaron del inglés a otras lenguas, puesto que la mayoría del *software* y de las aplicaciones web procedían de los Estados Unidos (Esselink 2000:4). De este modo se produjo un aumento de la demanda de localización e Internet pasó de ser un medio que hablaba sólo inglés a convertirse en una plataforma internacional para la comunicación y la información (Austermühl 2001:4).

Diez años más tarde, la situación ha cambiado debido al progresivo aumento de usuarios hablantes de otras lenguas que no dominan el inglés, con el consecuente interés por los productos que no están en dicho idioma. De acuerdo con las estadísticas presentadas en 2009 por *Internet World Stats*<sup>6</sup> sobre las lenguas de los usuarios de Internet, observamos que el español ocupa el tercer puesto con un 7,9% de los usuarios, sólo por detrás del 27,6% de los usuarios cuya lengua es el inglés y del 22,1% de los usuarios de lengua china.

Estos datos muestran cómo la red va paulatinamente convirtiéndose en multilingüe, por lo que no es extraño que los nuevos usuarios demanden productos con los que poder interactuar en su lengua materna. Así, parece lógico que la localización se revele como un factor clave para que los productos tengan éxito y sean aceptados dentro del nuevo mercado meta.

Los hablantes de español formamos parte de este nuevo grupo de usuarios que demandan productos en su lengua materna y el sector de los videojuegos constituye un ejemplo muy representativo de la demanda acuciante de aplicaciones localizadas.

---

<sup>6</sup> <http://www.internetworldstats.com/stats7.htm>

De acuerdo con AESE, los videojuegos se sitúan a la cabeza del mercado audiovisual español con un 57% de cuota de mercado. Como indicábamos en el apartado anterior, España ocupa el cuarto lugar del *ranking* europeo en ventas de videojuegos y de consolas. Sin embargo, en lo que respecta a la producción de videojuegos su posición desciende hasta el décimo lugar, representando apenas un 0,5% del total europeo (Costanzo 2007:1). En España, por ejemplo, en la lista<sup>7</sup> publicada por ADESE de los 50 videojuegos más vendidos en nuestro país durante el año 2008, no encontramos ningún videojuego desarrollado por empresas españolas.

Por lo tanto, teniendo en cuenta que la producción de videojuegos en nuestro país es escasa, queda claro que la mayoría de los títulos comercializados proceden de otros países, por lo que estarán adaptados a otras lenguas y culturas diferentes de la nuestra. Para conseguir que estos productos gocen de éxito y aceptación en nuestra cultura es imprescindible realizar un proceso de localización que consiga hacer que los usuarios perciban el videojuego como si hubiese sido originalmente creado en su país y lengua nativa.

En el pasado, la mayoría de los juegos que se desarrollaban procedían de Estados Unidos o Japón. Poco a poco la industria fue creciendo también en Europa Occidental y en los últimos años países tanto de Europa del Este como de Asia, principalmente Corea y China, han experimentado un crecimiento notable en este sector (Finegan 2006:57).

---

<sup>7</sup> <http://www.adese.es/pdf/anuario-memoria-2008.pdf>

Esta expansión de la producción de videojuegos a nuevos territorios ha tenido consecuencias en el ámbito de la localización. Mientras que en el pasado las empresas solían optar por distribuir sus juegos en inglés, japonés y las llamadas *FIGS* (francés, italiano, alemán y español), en la actualidad muchas empresas han decidido ofrecer sus productos también en chino, coreano, ruso y otras lenguas escandinavas (Edwards 2008:26). Esta nueva tendencia no hace sino dar cuenta del papel fundamental que desempeña el proceso de localización a la hora de distribuir un videojuego de manera global. Como indica Finegan (2006:59), resultaría difícil intentar vender un videojuego en un país si no se encuentra en la lengua del lugar. Un claro ejemplo de esta situación la encontramos en el mercado español en el cual el doblaje constituye una práctica arraigada en todo el sector audiovisual. Se trata de una “herencia” recibida del régimen franquista que tiene su origen en una orden ministerial del 23 de abril de 1941 cuyo apartado 8 indica:

Octava. Queda prohibida la proyección cinematográfica en otro idioma que no sea el español, salvo autorización especial, que concederá el Sindicato Nacional del Espectáculo, de acuerdo con el Ministerio de Industria y Comercio y siempre que las películas en cuestión hayan sido previamente dobladas. El doblaje deberá realizarse en estudios españoles que radiquen en territorio nacional y por personal español” (Ávila 1997b:60).

Esta Orden Ministerial estaba basada en la Ley de Defensa del Idioma de Mussolini y, aunque varios autores la citan en sus obras (Bravo 2005:138, Fernández 1998:11, Ávila 1997:12, Pereira 2000:9), realmente nunca llegó a publicarse en el Boletín Oficial del Estado. Finalmente, la Orden del 23 de abril de 1941 fue derogada por la de 31 de diciembre de 1946 (Ávila 1997b:62).

Sin embargo, a pesar del corto periodo de vigencia de dicha ley los espectadores españoles pronto se acostumbraron a ver películas en su lengua materna, por lo que el doblaje ha seguido llevándose a cabo hasta el día de hoy. Por lo tanto, teniendo en cuenta que en la actualidad la mayoría de las películas o series que se exhiben en nuestro país han sido dobladas al español, no es extraño que esos mismos usuarios esperen encontrar los videojuegos en su lengua materna.

La localización de los videojuegos en España es una actividad que no ha empezado a realizarse hasta aproximadamente el año 1999 (Barreras 2003: 1). Hasta entonces tan sólo se habían traducido los manuales, cajas o textos de algunos videojuegos, pero fue en esa fecha cuando se empezaron también a doblar las voces, con la llegada de los ordenadores multimedia y consolas para CD más potentes.

En la actualidad, la localización dentro del sector de los videojuegos español es una práctica habitual. La mayoría de las empresas que comercializan videojuegos en nuestro país son conscientes de la importancia de crear versiones en nuestra lengua y por supuesto, adaptadas a nuestra cultura para conseguir que sus productos sean aceptados en el nuevo mercado en el que los quieren distribuir. Este proceso de localización, además de conseguir expandir un determinado juego a un mayor número de usuarios dotándolo de fama internacional, constituye también una ventaja para las empresas en términos económicos. De hecho, como indica Díaz Montón (2006:4), muchos juegos obtienen hasta un 50% de beneficios en los mercados internacionales, es decir,

sus ingresos aumentan gracias a las versiones localizadas. Este es el caso, por ejemplo, de la gran empresa Nintendo que en su Informe anual de 2008<sup>8</sup> indicaba que el 80% del total de sus ventas correspondía al mercado internacional.

#### **4.1. Localización de software vs. Localización de videojuegos**

Uno de los objetivos que nos planteábamos al comenzar la presente tesis era averiguar si la localización de videojuegos debe encuadrarse como una disciplina separada de la localización de software o si por el contrario se trata de la misma área de estudio. A continuación expondremos algunas de las diferencias y similitudes existentes entre ambas modalidades de localización.

La localización de videojuegos está relacionada, por un lado con la traducción audiovisual, por el proceso de doblaje y subtitulado por el que pasan (Mangiron y O'Hagan 2006:4) y, por otro lado, con la localización de software (Bernal Merino 2007:2). Algunos autores (Chandler, 2005 *apud* O'Hagan 2007:2) consideran los videojuegos como un tipo de software, de ahí que el término "localización" se haya extendido también para hacer referencia al conjunto de fases que engloban el proceso de traducción de un videojuego. Nosotros estamos totalmente a favor de este término, puesto que consideramos que el término "traducción" tan sólo representa una de las fases por las que pasa un videojuego durante su adaptación a la cultura meta. Sin embargo, a pesar de que estamos a favor de emplear el término "localización" para ambas modalidades,

---

<sup>8</sup> <http://www.nintendo.co.jp/ir/pdf/2008/annual0803e.pdf>

no englobamos juntos estos dos tipos de productos, sino que consideramos que ambos necesitan ser estudiados por separado.

Si bien es cierto que ambos tipos de productos son, en esencia productos informáticos, la naturaleza audiovisual de los videojuegos les confiere otras características que son precisamente las que los diferencian del simple *software* y permiten englobarlos como productos multimedia. La característica principal tiene que ver con el contenido. En los videojuegos encontramos un hilo argumental, igual que el que podemos encontrar en una película o en un libro, de ahí que la trama pueda ser de temática muy variada y, por consiguiente, también los textos. En un programa informático, por el contrario, difícilmente encontraremos textos narrativos, diálogos, textos históricos o textos humorísticos, sino que serán textos didácticos con explicaciones breves o textos de advertencia, como los mensajes de error.

En lo que respecta al lenguaje, en los programas informáticos se tiende a usar un lenguaje lo más neutro posible, evitando, de este modo, el uso de regionalismos. Sin embargo, en los videojuegos, la presencia de personajes favorece la aparición de diferentes tipos de registros de la lengua (lenguaje coloquial, vulgarismos, etc) e incluso de idiolectos. Además, en muchos videojuegos se tenderá también a doblar todos los textos que conformen la historia, por lo que en este aspecto será necesario realizar un proceso de doblaje similar al que se realiza en la traducción de cualquier producto audiovisual.

Otro de los aspectos fundamentales que se deben tener en cuenta en cualquier proyecto de localización son los referentes culturales, cuya presencia



en los videojuegos suele ser muy habitual, dependiendo del tipo. En los programas informáticos, sin embargo, las referencias culturales suelen presentarse tan sólo en las típicas convenciones de fechas, sistemas métricos o sistemas monetarios.

No obstante, la naturaleza informática de ambos tipos de productos hace que tengan ciertos aspectos técnicos en común, como la codificación de caracteres, el uso de variables o frecuentes restricciones de caracteres por cuestiones de espacio.

En lo que concierne al ciclo de trabajo, tanto la localización de software como la de videojuegos siguen el mismo (Mangiron y O'Hagan, 2006:3), comenzando con el proceso de internacionalización. En ambas modalidades de traducción se combina la traducción de contenido lingüístico con la localización de software. Sin embargo, a nuestro modo de ver, la localización de videojuegos va aún más allá de la localización de software. Mientras en este último proceso prima la funcionalidad, en la localización de videojuegos la funcionalidad debe lograrse con un alto nivel de creatividad y originalidad (Mangiron y O'Hagan, 2006:4), puesto que el usuario valorará tanto la simplicidad y facilidad de interactuar con el juego como el entretenimiento y diversión que experimenten al jugar. Cualquier error, por mínimo que sea, puede romper el momento de concentración en el que el jugador está inmerso en la acción y distraer al usuario (Díaz Montón, 2006:4). Por lo tanto, los localizadores de videojuegos gozan de libertad para modificar, omitir o incluso añadir cualquier elemento que

consideren necesario para acercar el juego a los usuarios (Mangiron y O'Hagan 2006:11).

El proceso de lanzamiento también es similar en ambas modalidades de localización, puesto que lo habitual suele ser un lanzamiento simultáneo o *sim-ship* (del inglés *simultaneous shipment*), que permita lanzar tanto el juego o programa original como sus versiones localizadas al mismo tiempo, en lugar de lanzar primero el original y pasado un tiempo distribuir las versiones localizadas. De acuerdo con Mangiron y O'Hagan (2006:12), esta práctica supone todo un reto para el localizador, puesto que tendrá que trabajar con un producto original que se encuentra todavía en fase de desarrollo y que podrá estar sujeto a continuos cambios durante todo el proceso de localización.

Por lo tanto, a pesar de que existe una evidente similitud entre la localización de software y la localización de videojuegos, ésta última sobresale porque su objetivo es ofrecer entretenimiento. Teniendo en cuenta este factor de entretenimiento que caracteriza a los videojuegos, podemos relacionar su proceso de localización con la traducción audiovisual. Sin embargo, debemos tener en cuenta que los videojuegos suelen estar diseñados para ofrecer un mínimo de 20 horas de entretenimiento (Finegan 2006:56), mientras que la duración media de una película rondará las dos horas. Por lo tanto, en este sentido, la localización de videojuegos supone, a nuestro modo de ver, un reto mucho mayor, ya que el localizador deberá ser capaz de atraer al usuario y mantener la atención durante un periodo de tiempo 18 veces mayor que el periodo al que deberá hacer frente un traductor de películas.

Como indican Mangiron y O'Hagan (2006:11), la naturaleza de los videojuegos como forma de entretenimiento interactivo digital requiere un nuevo enfoque traductológico. Nosotros compartimos esta opinión, puesto que dado que el fin principal del localizador es mantener la esencia del juego y teniendo en cuenta que el espacio y los caracteres disponibles son limitados, sin duda será esencial una importante labor de creatividad por parte del localizador.

Una vez analizados todos los factores que forman parte de la localización de un videojuego llegamos a la conclusión de que un videojuego no sólo contiene una parte que constituye un producto informático en sí, sino que a la hora de llevar a cabo el proceso de localización encontraremos características propias de la traducción literaria y de la traducción audiovisual, así como aspectos relacionados con la traducción técnica, por ejemplo en el manual de instrucciones. Por esta razón, como veremos más adelante, en el presente trabajo hemos decidido hacer una clasificación en la que distinguimos entre aspectos lingüísticos (más relacionados con la terminología), extralingüísticos (que nos remiten a aspectos propios del campo audiovisual), aspectos culturales y aspectos técnicos relacionados con la localización de productos informáticos en general.

A continuación nos centraremos, por lo tanto, en la revisión de los antecedentes teóricos que corresponden al análisis que presentaremos en el siguiente capítulo.

## 4.2. Aspectos localizables de un videojuego

Siguiendo el esquema proporcionado por Esselink (2000:10) sobre las partes localizables de un producto software, nosotros ofrecemos uno específico para la localización de los videojuegos. Para su elaboración nos hemos basado en las aportaciones de Barreras (2003), Bernal-Merino (2007), Finegan (2006), Scholand (2002) y Torres (2007). Dado que elaboramos un esquema general para todos los tipos de videojuegos, resulta obvio que algunos de los elementos que citamos como susceptibles de ser localizados podrán ser característicos de alguna plataforma en concreto y no tienen por qué encontrarse en otros tipos de videojuegos.

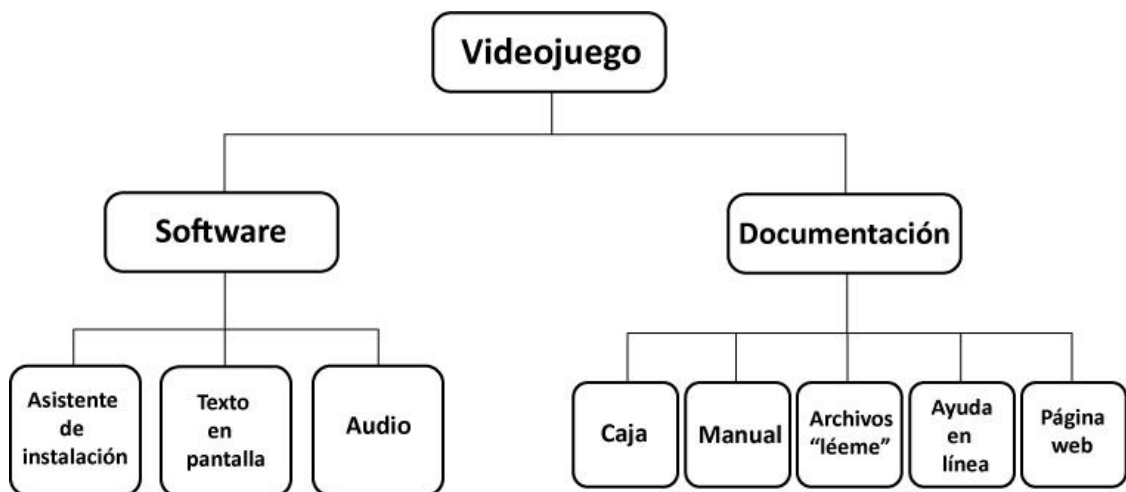


Figura 45: Aspectos localizables de un videojuego.

### 4.2.1. Software.

Dentro de la parte de software incluimos la localización de todo lo referente a la interfaz de usuario, ya sea la localización del asistente de instalación, la traducción de cualquier tipo de texto que pueda aparecer en

pantalla (menús, cuadros de diálogo, subtítulos) y el doblaje del audio y su sincronización.

#### **4.2.1.1. Asistente de instalación.**

En el caso de los videojuegos para PC es frecuente que antes de poder jugar sea necesario instalar el juego. Para ello, los juegos suelen incluir una aplicación que guía paso a paso al usuario para llevar a cabo dicha tarea.

#### **4.2.1.2. Texto en pantalla**

Incluimos en esta categoría cualquier tipo de texto que puede aparecer durante la ejecución del juego. Por un lado, encontramos los contratos de licencia y avisos de copyright al inicio del juego, el menú del juego con diferentes opciones que permiten configurar algunas características del juego (cargar, guardar, sensibilidad del ratón, volumen...) y los créditos al final del juego.

Por otro lado, encontramos todo el texto que forma parte de la historia del videojuego en sí, ya sea en cuadros de diálogo o en subtítulos.

#### **4.2.1.3. Audio**

En este caso, primero es necesario traducir el guión del videojuego, y, posteriormente, doblar el audio que, en función de los personajes, podrá requerir características especiales (acentos, gritos, gemidos...). Como indica Scholand (2002:7), en estos casos una buena locución es igual de importante que una buena traducción.

## **4.2.2. Documentación.**

### **4.2.2.1. Caja.**

La caja constituye el envoltorio del producto que incluye la carátula del juego. En ella podemos encontrar diferentes tipos textuales: textos publicitarios, información técnica del videojuego e información legal.

### **4.2.2.2. Manual.**

El manual informa al usuario de los objetivos y reglas del videojuego. Asimismo, muestra los comandos que se deben utilizar para realizar determinadas acciones (correr, saltar, etc.) sin llegar a desvelar cómo se consigue finalizar el juego.

En el manual del videojuego también encontramos diferentes tipos de textos:

- Textos didácticos en los que se explican los objetivos y las reglas del videojuego.
- Textos técnicos en los que se indican los requisitos del sistema (hardware o software) necesarios para poder ejecutar el juego. Como indica Scholand (2002:8), la traducción de las instrucciones es de suma importancia puesto que una traducción errónea podría conllevar a que el usuario no sepa utilizar el programa.
- Textos de carácter legal o corporativo en los que se informa a los usuarios de los derechos asociados a la adquisición del videojuego (contratos de licencia, avisos de *copyright* y condiciones de garantía). Estos textos estarán

vinculados a la legislación vigente del país de origen, por lo que será necesario adaptarlos a la cultura de la lengua de destino (Scholand 2002:9).

#### **4.2.2.3. Archivos “léeme”.**

Los archivos “léeme” son archivos de texto de carácter técnico que se encuentran, por lo general, en el interior del CD o DVD del producto. En ellos podemos encontrar características técnicas del videojuego, correcciones de posibles errores que aparezcan en el manual, datos de contacto y números de serie para poder registrar el producto.

#### **4.2.2.4. Ayuda en línea.**

Algunos videojuegos ofrecen la posibilidad de solicitar ayuda en línea. Estas ayudas están estructuradas como hipertexto (Scholand 2002:8) y ofrecen al usuario información de carácter general o técnico del videojuego.

#### **4.2.2.5. Página web.**

La mayoría de los videojuegos cuentan con una página oficial en la que encontramos textos de carácter promocional o periodístico y textos de carácter técnico. No obstante, la localización de la página web no tiene por qué ser llevada a cabo por los mismos localizadores del juego. Esta decisión dependerá de la desarrolladora.

### 4.3. Fases del proceso de localización de videojuegos

Como hemos visto en el apartado anterior, para llevar a cabo la localización de un videojuego hay que prestar atención a numerosos factores. Así, resulta esencial seguir una serie de fases para finalizar con éxito el proceso. A continuación presentamos una propuesta de fases del proceso de localización elaborada a partir de las aportaciones de Loureiro (2007), Barreras (2003), Fernández (2007) y Torres (2007).



Figura 46: Fases del proceso de localización de un videojuego.

Por supuesto, se trata del ciclo de localización, a nuestro modo de ver, ideal. No obstante, en el caso de los localizadores freelance, éstos no cuentan con el respaldo de un equipo de trabajo, por lo que, obviamente, este esquema de fases del proceso de localización no se ajusta a la forma en la que suelen llevar a cabo su trabajo.



#### **4.4. Las peculiaridades, desde un punto de vista traductológico, de la localización de videojuegos**

Según lo expuesto en el apartado de aspectos localizables podemos concluir que a la hora de localizar un videojuego podemos encontrarnos con una gran variedad de tipos textuales. Basándonos en la clasificación realizada por Bernal-Merino (2008:43) y tomando en consideración las aportaciones realizadas por Scholand (2002), nosotros distinguimos cinco tipos de textos que suelen estar presentes en cualquier proceso de localización de videojuegos.

- a) Textos narrativos y descriptivos: son los textos propios de la historia que serán doblados o subtítulos y de los cuales dependerá, en gran medida, que el usuario sea capaz de sumergirse en la historia como si de un libro o una película se tratara.
- b) Textos técnicos: los encontramos principalmente en el manual de instrucciones o en los archivos “léeme”. Ofrecen información de carácter técnico de suma importancia para el correcto funcionamiento del videojuego.
- c) Textos didácticos: la misión de estos textos es instruir al usuario, ya sea acerca de aspectos técnicos, como por ejemplo la instalación del videojuego, o de cualquier otro aspecto (legal, reglas y objetivos del juego...). Suelen estar presentes en el manual de instrucciones y en los archivos de ayuda en línea. En ocasiones también los encontramos en la página web cuando se ofrece información sobre cómo utilizar ciertos elementos del videojuego.
- d) Textos legales: se trata de textos cuyo lenguaje es sumamente especializado. Como vimos en el apartado anterior, normalmente hacen

referencia a los contratos de licencia, avisos de *copyright* y condiciones de garantía. Estos tipos de textos suelen estar presentes en el manual de instrucciones, en algunas pantallas del videojuego y en la caja.

- e) Textos periodísticos o publicitarios: su misión es la de presentar el producto al público intentando persuadirlo para que lo adquiera. Este tipo de textos suelen estar presentes en la página web o en la caja del videojuego.

Como indicamos anteriormente, es muy frecuente que el localizador tenga que llevar a cabo su labor partiendo de un producto original inacabado. Esto constituye, sin duda, uno de los mayores retos a los que debe enfrentarse. Mientras que un traductor literario o audiovisual tendrá la posibilidad de leer el texto en su conjunto antes de comenzar a trabajar, un localizador no gozará habitualmente de este “privilegio”.

Además, el carácter interactivo de los videojuegos hace que haya diversos caminos para cumplir un mismo objetivo, por lo que los textos extraídos para ser traducidos no contarán con un orden cronológico definido (Finegan 2006:60) y estarán desordenados. Por este motivo, el localizador se encontrará con una dificultad añadida: entender el contexto.

Como indica Finegan (2006:60), la situación ideal para la localización de un videojuego sería cuando la versión en lengua original está completamente terminada y el localizador tiene la posibilidad de jugar antes de comenzar a trabajar. De esta forma conseguirá familiarizarse con el juego, lo que le ayudará a evitar posibles errores en la versión localizada.

Cuando el localizador debe trabajar con un videojuego que pertenece a una saga, lo ideal sería que dispusiese de un glosario con la terminología específica que además puede ayudar a ahorrar tiempo y dinero (Chandler 2008:35). En el caso de no disponer de uno deberá elaborarlo él mismo o trabajar sin él.

Chandler (2008:35) distingue tres tipos de glosarios imprescindibles para el localizador. En el primer tipo encontramos los glosarios elaborados por las propias compañías de consolas. En ellos encontramos los nombres de partes de la consola, la traducción de ciertos mensajes de error o la localización de términos específicos de los menús como por ejemplo la traducción de *Press* por “presionar” para las consolas de Microsoft y por “Pulsar” para las de Sony.

El segundo tipo de glosarios incluye las traducciones oficiales de terminología protegida por la ley de propiedad intelectual, como puede ser el caso de videojuegos que hayan sido creados a partir de un libro o de una película.

El tercer tipo de glosario será de utilidad cuando el localizador se enfrente a la localización de una saga, puesto que en él encontrará la traducción de terminología específica adoptada en las versiones anteriores. Es importante seguir este tipo de glosarios, puesto que, por lo general, estos productos disponen de una licencia de *copyright* que obliga al localizador a ser fiel a la obra literaria o cinematográfica en la que se ha basado el videojuego. Como indica Bernal-Merino (2009:239), en muchas ocasiones los localizadores intentarán tanto incluir diálogos o líneas tal y como aparecen en los productos originales

como imitar el estilo original para conseguir la aceptación por parte de sus seguidores, puesto que éstos ya conocen el producto original y tienen unas expectativas creadas en torno a lo que esperan del videojuego.

Por este motivo, la localización de un videojuego basado en una novela o película de éxito puede ser un arma de doble filo: por un lado se garantiza un éxito debido a que el videojuego ya cuenta con seguidores antes incluso de ser creado pero, por otro lado, las expectativas en torno a él serán mucho más elevadas y los usuarios mucho más críticos con el producto final.

Como indica Finegan (2006:59), la traducción del contenido lingüístico de un videojuego no es una tarea sencilla y de su calidad dependerá en gran medida el éxito y la aceptación de la que gozará el producto. En este sentido, la terminología y el estilo desempeñan un papel fundamental.

Como en todas las modalidades de traducción, es importante definir el público al que va dirigido el videojuego antes de comenzar a trabajar (Bonnet 2006:44), así como la plataforma a la que irá destinado, puesto que el número de palabras variará en función de dichos parámetros. De acuerdo con Finegan (2006:59), este número puede abarcar un rango de entre aproximadamente mil palabras para un juego de teléfono móvil hasta más de 500.000 palabras en juego para PC o consola.

#### 4.4.1. Aspectos lingüísticos

Al igual que ocurre cuando traducimos una novela o una obra audiovisual, en la localización de videojuegos el primer contacto que establecerá el localizador con el producto guardará relación con los aspectos lingüísticos, dentro de los cuales nosotros distinguimos las siguientes categorías:

##### 4.4.1.1. Interjecciones

Para la clasificación de la interjección seguiremos la propuesta por Alcaide (1996: 273-327):

1. Interjecciones expresivas: en las que predomina la función expresiva del lenguaje y el hablante las utiliza para constatar hechos o para expresar su actitud hacia lo que lo rodea.
  - a. Emotivas: manifiestan los sentimientos de los hablantes. Ej: ¡a ver!, ¡Ah!, ¡Ay!
  - b. Valorativas: conllevan un comentario del hablante acerca de la realidad circundante, de lo dicho anteriormente, etc. ¡uf!, ¡uy!, ¡uh!
  - c. Optativas: elementos que conllevan un doble valor modal, tanto expresivo como apelativo, sin que sea posible dirimir cuál de los dos prima realmente sobre el otro. Ej: ¡por dios!
  - d. Interjecciones expresivas de origen onomatopéyico: onomatopeyas que han abandonado su referencia a determinados sonidos, se han desemantizado y han pasado a ser

utilizadas como interjecciones con valores puramente modales en los que lo expresivo se mezcla fuertemente con lo apelativo, y donde lo representativo queda fuera de lugar.

2. Interjecciones apelativas: mediante este tipo de interjecciones el hablante pretende que su interlocutor modifique su conducta. Los valores que esconden van desde lo exhortativo hasta la advertencia, pasando por el ruego. Ej: ¡Venga!, ¡eh!

#### 4.4.1.2. Onomatopeyas.

Cada idioma tiene sus onomatopeyas, y como estas están estrechamente relacionadas con nuestra forma de oír y transcribir los sonidos, son tan vernáculas como la propia lengua (Castro 1999). A diferencia de las interjecciones que no hacen referencias a la realidad externa sino a la actitud del hablante, la onomatopeya tiene un carácter imitativo y su referente son los sonidos (Alcaide 1996:315).

Varían mucho de una lengua a otra por lo que el traductor o localizador deberá prestarles una atención especial, puesto que una mala traducción reducirá significativamente la calidad del trabajo final.

Sirva como muestra de la importancia de las onomatopeyas un extracto de Castro (1999):

Encuentro cada vez con más frecuencia onomatopeyas mal traducidas (o sin traducir) en las traducciones de películas españolas e incluso en libros. Este problema es especialmente preocupante cuando se trata de libros infantiles, destinados a enseñar vocabulario a los infantes (Castro 1999).

#### 4.4.1.3. Falsos amigos.

De acuerdo con Van Roey (1985 *apud* Garrido 2001: 217), podemos definir los falsos amigos como dos vocablos de dos lenguas que poseen significados diferentes, pero que debido a su semejanza formal pueden llevar a engaño. El traductor deberá, por tanto, conocerlos para evitar cometer errores a la hora de traducirlos, ya que un descuido puede hacer que la traducción adopte un sentido completamente diferente del pretendido en el original. Para localizarlos es recomendable consultar obras bibliográficas como diccionarios de falsos amigos o de términos equívocos.

#### 4.4.1.4. Traducción de los sintagmas nominales complejos ingleses

La lengua inglesa admite la formación de sintagmas nominales complejos formados por grupos de dos o más sustantivos, que pueden ir acompañados de adjetivos, verbos o adverbios, pueden ir separados por guiones y conforman un término que designa un único concepto. Su traducción al español puede constituir una dificultad importante y requiere de una alta dosis de creatividad.

#### 4.4.1.5. Adjetivos.

Como indican López y Minett (1997:101), existen dos diferencias fundamentales entre los adjetivos en inglés y los adjetivos en español. Mientras que los primeros son morfológicamente invariables y sintácticamente casi siempre van antepuestos al sustantivo, los segundos marcan, generalmente, el

número, por lo que son morfológicamente variables. Además pueden ir pospuestos o antepuestos dependiendo de su valor expresivo.

El inglés posee, además, mayor facilidad que el español para la adjetivación de sustantivos mediante sufijos como “-able”, “-ible”, “-ul”, “-less”, “-ly”, “-like”, “-y” o “-ish”, lo que permite la creación de nuevas palabras que, una vez más, requerirán creatividad por parte del traductor español.

#### 4.4.1.6. Signos de puntuación

Los signos de puntuación se utilizan para dar ritmo al texto. En la localización de un videojuego habrá que ser conscientes de si el guión se está traduciendo para ser doblado o para ser subtitulado. A continuación exponemos las principales divergencias existentes entre el inglés y el español en lo que concierne a los signos de puntuación.

##### a) Punto

Dado que el inglés es una lengua muy concisa su uso será mucho más frecuente que en español, lengua que utiliza el punto para indicar una pausa o separación.

##### b) Coma

Es el signo que presenta mayores diferencias entre el inglés y el español. El localizador deberá prestar especial atención a su uso en el caso de que el texto vaya a ser subtitulado. López y Minett (1997:149) exponen algunas de las divergencias entre ambas lenguas con respecto al uso de la coma.



c) Raya

Se trata de un signo de puntuación poco frecuente en castellano. Mientras que la lengua inglesa lo utiliza como forma de explicación o recapitulación, en español resulta más natural el uso de otros signos como la coma o el punto y coma.

d) Signos de interrogación y Signos de exclamación

En español, deben situarse tanto al principio como al final de la oración, mientras que en inglés, sólo se representa al final.

#### 4.4.1.7. Mayúsculas

Existen gran cantidad de divergencias entre el uso de las mayúsculas y minúsculas entre la lengua inglesa y la española. Para su correcta utilización sería recomendable consultar algún manual de estilo.

Tan sólo destacaremos aquí el uso al que, a nuestro modo de ver, se debe prestar mayor atención en la localización de videojuegos. Se trata del uso en la lengua escrita de las mayúsculas para evocar gritos. En el caso de la localización de un guión de videojuegos dichas mayúsculas se mantendrán en la subtitulación y, en el caso de que ese texto vaya a ser doblado, bastará simplemente con que el actor de doblaje eleve la voz.

#### 4.4.1.8. Abreviaturas.

El DRAE define las abreviaturas como “Tipo de abreviación que consiste en la representación gráfica reducida de una palabra mediante la supresión de letras finales o centrales, y que suele cerrarse con punto”.

En el caso de que sea necesario utilizar abreviaturas en la versión localizada de un videojuego éstas deberán ser lo más claras posibles en la lengua meta y debemos ser conscientes de que el punto que acompaña a la abreviatura cuenta también como un carácter. En ocasiones la explicación de las abreviaturas se encuentra en el manual del juego. Un ejemplo lo encontramos en el videojuego *Arcanum*, un juego de rol en el cual los objetos que va encontrando el usuario presentan una serie de abreviaturas que describen las cualidades del objeto en cuestión y cuyo significado aparece en el manual.

#### 4.4.1.9. Registro y estilo

Como indica Tercedor (2005:157), los textos multimedia muestran claras diferencias interlingüísticas en lo que concierne al registro. Por ejemplo, en el caso de la lengua inglesa se acepta un uso más informal en textos de instrucciones, mientras que en español se tiende a usar un registro más formal cuando el carácter del texto es técnico.

Las restricciones de espacio hacen que en un videojuego primen los sintagmas cortos y sencillos. Para los menús, por ejemplo, es frecuente el uso del modo imperativo que resulta conciso y directo.

Además, cuando trabajamos con un videojuego creado a partir de otro producto, ya sea un libro o una película, los localizadores deberán respetar también las soluciones adoptadas por los traductores anteriores que probablemente irán incluidas dentro del contrato. Como indica Bernal-Merino (2009: 239), en estos casos debe tenderse a imitar un estilo lo más parecido

posible al del producto original, intentando incluir líneas o diálogos de los libros o de la película, en la medida en que sea posible.

Los localizadores deben asimismo conocer los papeles que desempeñan los personajes en el producto en el que se basa el videojuego, con el fin de conseguir una mejor caracterización a través de los diálogos, puesto que cada uno de ellos cumple una función en el hilo argumental de la historia (el bromista, el inteligente...)

Por lo tanto, conviene que el localizador tenga en cuenta todos los aspectos lingüísticos que acabamos de ver, con el fin de ofrecer un producto meta de calidad. Para ello resulta imprescindible que el localizador domine a la perfección las dos lenguas con las que va a trabajar, de lo contrario podríamos encontrarnos con errores gramaticales como los de las figuras 47 y 48, que han hecho que los videojuegos en cuestión hayan pasado a los anales de la historia de la industria del software de entretenimiento debido a la mala calidad de sus traducciones.



Figura 47: Pantalla final Pro Wrestling



Figura 48: Pantalla juego Zero Wing

En ambos casos se trata de localizaciones del japonés al inglés con errores gramaticales muy evidentes. En la figura 47 presentamos un ejemplo

perteneciente al videojuego *Pro Wrestling*, un juego para la consola NES lanzado al mercado en 1986, cuya traducción de la pantalla final, “A winner is you”, provocó la risa de los usuarios. Se trata de un error gramatical que ha llevado a la frase a adquirir una gran popularidad entre los aficionados a los videojuegos. De hecho, en algunos videojuegos lanzados al mercado posteriormente, como *Pokemon Diamond and Pearl* o *Mario & Luigi: Bowser’s Inside Story*, se hace referencia a dicho mensaje.

La figura 48 pertenece al videojuego *Zero Wing*, un juego, que tras haber cosechado un éxito bastante notable en los salones recreativos, fue adaptado para la consola Sega Mega Drive. En esta nueva versión se incorporaba una escena de introducción, la que vemos en el ejemplo, con un error gramatical que, al igual que en el caso anterior, tampoco le impediría convertirse en una de las frases más recordadas por los usuarios.

Entre los juegos localizados al español, también encontramos algunos errores significativos, por ejemplo en el juego *Halo: Combat Evolved*, que llegó a nuestro país en el año 2002, observamos cómo en el menú principal (figura 49) una de las opciones es “salido”, cuando lo correcto habría sido “salir”. También en el videojuego *Muramasa: The Demon Blade* se aprecia un error ortográfico en el menú, encontramos la palabra “habilidades” escrita sin h (figura 50), probablemente debido a una interferencia con el inglés “ability”.



Figura 49: Menú videojuego Halo.



Figura 50: Menú videojuego Muramasa: The Demon Blade.

#### 4.4.2. Aspectos culturales

El término cultura es extraordinariamente “equivoco”, ya que puede tener múltiples acepciones y referirse a múltiples objetos (Martínez 1996:176-177). Esto impide dar una única definición universal de dicho término, por lo que los diferentes autores han ido proponiendo diversas definiciones en función del enfoque desde el que se analizaba el término cultura. Katan (1999:18) propone una clasificación de las diferentes perspectivas desde las que se ha abordado el término “cultura”.

Definition	Approach focuses on...
Behaviourist	Discrete behaviours or sets of behaviours, shared and observed.
Functionalist	Shared rules underlying behavior, and observable through behaviour.
Cognitive	The form of things that people have in mind, their models for perceiving, relating, and otherwise interpreting them.
Dynamic	The dynamic interplay of internal models and external mechanisms.

Para el presente trabajo nos interesa centrarnos en las definiciones que puedan ser de aplicación en el campo de la traducción. Como vimos en el primer capítulo, ya en el s.XIX Wilhelm von Humboldt expuso la relación entre la lengua y la cultura, y a lo largo del siglo XX han sido varios los autores que han comenzado a elaborar propuestas traductológicas enfocadas al tratamiento de los elementos culturales.

El primero de ellos fue Nida, quien en 1945 se convertirá en el precursor de una nueva línea de investigación según la cual la identificación y estudio de los elementos culturales constituye uno de los problemas claves de la traducción. Este autor distingue cinco ámbitos culturales: a) ecología, b) cultura material, c) cultura social, d) cultura religiosa y e) cultura lingüística (Molina 2001:71).

En 1970 Vlakov y Florin introducen en los Estudios de Traducción el concepto de *realia* que, de acuerdo con estos autores, hace referencia a las palabras o combinaciones de palabras que representan denominaciones de objetos y conceptos que denotan color local o histórico y que son característicos de la cultura de un país por lo que carecen de equivalentes exactos en otras lenguas (Florin 1993:123).

Realia (from the Latin *realis*) are words and combinations of words denoting objects and concepts characteristic of the way of life, the culture, the social and historical development of one nation and alien to another. Since they express local and/or historical color they have no exact equivalents in other languages. They cannot be translated in a conventional way and they require a special approach (Florin 1993:123).

Estos autores (1993:123) consideran que existen diferentes formas de clasificar los *realia*: temáticamente, temporalmente o geográficamente.

El término *realia* será también utilizado posteriormente por autores como Bödeker y Freese (1987) y Koller (1992) (Molina 2001:74).

Sin embargo, el verdadero cambio de línea de investigación en los Estudios de Traducción se produjo con el denominado “giro cultural” del que hablábamos al comienzo del presente trabajo, que tuvo lugar durante los años ochenta. Como vimos anteriormente, en la primera mitad del siglo XX los Estudios de Traducción se centraban principalmente en teorías formalistas y hermenéuticas hasta que a finales de los años setenta comienzan a surgir nuevas teorías que empiezan a tener en cuenta la cultura en la que se inscriben los textos (Carbonell 1999:25).

En 1986, Vermeer destaca la importancia de la biculturalidad de los traductores (Snell-Hornby 1999:63).

En 1988, Newmark hace una nueva propuesta de ámbitos culturales tomando como referencia las aportaciones de Nida. Newmark (1988:95) distingue las siguientes categorías culturales: a) ecología, b) cultura material c) cultural social (trabajo y tiempo libre), d) organizaciones, costumbres, actividades y conceptos y e) gestos y hábitos.

En 1995, Samaniego propone una serie de estrategias para tratar las referencias culturales basadas en una clasificación realizada por Franco (1992-1993, Universidad de Alicante, Máster de Traducción). Esta autora considera que para abordar los *realia* el traductor tiene cuatro opciones (1995:57):

1. Conservación: a) manteniendo el término origen tal cual o realizando una adaptación gráfica; b) además de conservar el término original, adjuntando comentarios, notas o glosas.
2. Sustitución: a) universalización parcial, en la que se conserva algo foráneo identificable por los lectores meta; b) universalización absoluta, tras la cual se elimina cualquier posibilidad de identificación de la cultura origen; c) universalización neutra, en la que se realiza una traducción literal dejando referencias a elementos culturales que son difícilmente identificables con una civilización concreta.
3. Supresión u omisión del referente cultural.
4. Creación de un elemento no existente en el Texto Origen.



Para Samaniego (1995:55), las referencias culturales son “aquellas áreas anisomórficas o asimétricas entre un par de lenguas que, de modo recurrente, provocan una limitación en la aplicabilidad de la equivalencia y, por tanto, su transferencia directa implica algún tipo de distorsión, desvío o pérdida en la Lengua Meta.”

Otros autores como Nord y Vermeer utilizan el término “culturema” para el cual Nord ofrece la siguiente definición de Vermeer (1983:8):

A cultureme is a social phenomenon of a culture X that is regarded as relevant by the members of this culture and, when compared with a corresponding social phenomenon in a culture Y, is found to be specific to culture X (Nord 1997:34).

Marcelo (2007:76) expone la diferencia principal entre los culturemas y las referencias culturales. Según esta autora los primeros hacen referencia al fenómeno mientras que los segundos a su expresión lingüística.

Este breve repaso por las aportaciones de diferentes autores hace obvia la importancia de los culturemas y referentes culturales en la traducción, por lo que no cabe duda de que en la localización de productos multimedia, tales como los videojuegos, los aspectos culturales desempeñan un papel significativo en la aceptación del producto final. De hecho, el texto presente en un videojuego no constituye tan sólo un componente lingüístico, sino que está compuesto principalmente de aspectos culturales (Di Marco 2007:2). Por esta razón, el localizador debe tener claro, al inicio de cada proyecto, si va a mantener la identidad cultural original del videojuego o si, por el contrario, la distancia cultural constituye una interferencia tal que será necesario adaptarlo completamente a la cultura meta de los nuevos usuarios.

Como en cualquier otra rama de la traducción, el primer aspecto que el localizador debe tener en cuenta es el receptor. Como vimos anteriormente, cada país impone las restricciones culturales que considera adecuadas (eliminación de escenas violentas, sexo explícito, lenguaje vulgar...) en función de la edad de los usuarios y que deben ser respetadas en las versiones localizadas. En otras ocasiones son las propias empresas distribuidoras quienes deciden poner en práctica cambios con el fin de adaptarse mejor al rango de edad de los usuarios meta, que puede diferir ligeramente del de los usuarios del producto original. Un ejemplo de esto lo observamos en los juegos que se organizan en niveles de dificultad. Como indica Trainor (2003), generalmente cuando este tipo de videojuegos van destinados al mercado japonés el nivel inicial de dificultad suele ser más bajo, puesto que los usuarios tienden a ser más jóvenes que los de otros mercados.

La distancia entre cultura original y cultura meta también se ve reflejada en los gustos de los usuarios. Di Marco (2007:2) ofrece un buen ejemplo en lo que a los personajes se refiere; mientras que los usuarios japoneses prefieren personajes juveniles, en Europa y los Estados Unidos son los personajes adultos los que gozan de una mayor aceptación. En relación con los personajes encontramos otros aspectos culturales que también pueden presentar problemas: los gestos y los estereotipos. Con respecto a los primeros, a menudo no es posible modificar los elementos visuales, por lo que el localizador debe recurrir a la reformulación del texto para conseguir que una determinada escena no sea considerada moralmente inadecuada en la cultura meta (Di Marco

2007:3). En el caso de los estereotipos, de acuerdo con Thayer y Kolko (2004:27) es importante mantener el aspecto humorístico pero sin llegar a ofender a los usuarios.

Por lo tanto, no es extraño que algunas versiones localizadas contengan cambios de una magnitud tan grande con el fin de garantizar éxito en la cultura receptora. No obstante, como indica Trainor (2003), dichos cambios nunca podrán llevarse a cabo sin el consentimiento de los diseñadores del producto original.

Nosotros, al igual que Mangiron y O'Hagan (2006:15), consideramos que lo importante es mantener la esencia del juego original, por lo que el localizador debería gozar de libertad para modificar o añadir las referencias culturales que considere necesarias para conseguir que el producto siga atrayendo la atención de los usuarios meta. Estas autoras utilizan el término "compensación" para referirse a la técnica de introducir una nueva referencia cultural comprensible para el usuario meta en favor de una referencia cultural presente en el producto original pero que, por su naturaleza, constituiría una interferencia entre el videojuego y el usuario. Esta técnica choca por completo con las teorías tradicionales de la traducción que abogaban por una fidelidad al original y no hace sino dar cuenta de la necesidad de nuevos enfoques traductológicos que cubran las nuevas modalidades de traducción que han ido surgiendo en las últimas décadas. No obstante, algunos autores ya tienen en cuenta las nuevas ramas de traducción existentes, como es el caso de Mangiron y O'Hagan (2006:15), para quienes la naturaleza interactiva de los videojuegos no requiere

simplemente una fidelidad al texto, sino una fidelidad a la esencia del videojuego en su conjunto.

Además, en muchos casos los objetivos del videojuego se encuentran directamente relacionados con los aspectos culturales, es decir, dependerán de las leyes, principios morales o tabús culturales existentes en la cultura meta (Thayer y Kolko 2004:25), por lo que un videojuego cuyos objetivos sean políticamente incorrectos para la sociedad meta tendrá pocas posibilidades de éxito, en el caso de que llegue a ser aceptado en el mercado y no sea vetado por los sistemas de clasificación de los que hablábamos en el apartado anterior. Una vez más, el proceso de localización se revela como un factor clave si se pretende introducir un videojuego en una sociedad culturalmente alejada de aquella para la que fue creado el videojuego original.

No obstante, aunque nosotros consideramos la localización como un proceso fundamental, somos conscientes de que existen excepciones, y la adaptación cultural puede no ser siempre recomendable o necesaria. Esto ocurre, por ejemplo, en el caso de juegos que contienen una alta carga de elementos culturales que son, debido a sus diferencias con la cultura meta, lo que lo hacen precisamente atractivo a los usuarios del nuevo mercado en el que se va a distribuir. En estos casos solamente sería necesaria una localización básica (Thayer y Kolko 2004:23), probablemente una localización de los aspectos lingüísticos, que permita a los usuarios experimentar la esencia original del juego.

Dejando a un lado las excepciones, nosotros enfocamos nuestro trabajo partiendo de la idea de que los videojuegos requieren, por lo general, un proceso de localización completo que abarque todos los elementos que los conforman y entre ellos se encuentran principalmente los elementos culturales.

A continuación ofrecemos una propuesta de aspectos culturales que el localizador debería tener en cuenta a la hora de empezar a elaborar la versión meta de un videojuego y cuya adaptación será la que diferencie un juego localizado de un juego simplemente traducido.

Todos estos elementos han sido recabados a partir de las aportaciones de Thayer y Kolko (2004), Tercedor (2005), Corte (2000), Di Marco (2007), así como de los datos ofrecidos en el apartado anterior sobre los sistemas de clasificación de los videojuegos en diferentes países en función de la edad.

#### 4.4.2.1. Nombres propios:

Como indica Moya (2000:10), en la traducción de los nombres propios el traslado de los nombres propios desde la lengua original a la lengua meta constituye una tarea ardua para todo traductor.

En cualquier texto podemos encontrar infinitas clases de nombres propios. En el caso de los videojuegos también supondrán una dificultad para el localizador y su naturaleza puede ser variada. Algunos ejemplos de categorías de nombres propios que podemos encontrar durante la localización de un videojuego son:

- a) antropónimos

- b) topónimos
- c) nombres de objetos
- d) nombres de animales
- e) nombres de alimentos
- f) títulos de obras (literarias, de arte, etc.)

Aunque no existen normas claras de traducción de los nombres propios algunos autores, como Franco (1996), han recabado estrategias o procedimientos para traducirlos. Este autor (1996:111) propone una división en dos grupos de estrategias de traducción de los nombres propios. El primer grupo hace referencia a la conservación de dichos nombres y en él se incluyen estrategias como: la repetición, la adaptación ortográfica, adaptación terminológica, traducción lingüística, glosa extratextual, glosa intratextual. El segundo grupo incluye estrategias de sustitución tales como la universalización limitada, universalización absoluta, naturalización, adaptación ideológica, omisión y creación autónoma.

A continuación explicaremos brevemente cada una de dichas estrategias.

- La repetición consiste en reproducir la grafía del NP original.
- La adaptación ortográfica supone la realización de ligeros cambios en la grafía original, generalmente cuando se trabaja con lenguas con grafías procedentes de alfabetos distintos.

- La adaptación terminológica consiste en la transformación de los NP originales, cuando éstos cuentan con una versión oficial distinta en la lengua meta.

- La traducción lingüística implica transferir parcial o totalmente el contenido semántico del significante o significantes que compongan el NP, siempre que el resultado de la transferencia, se perciba como ente perteneciente a la cultura o universo del texto original.

- La glosa extratextual implica la utilización de cualquiera de las estrategias anteriores, pero el traductor acompañará su traducción de una explicación que ayude a una mejor comprensión por parte del receptor del texto meta.

- La glosa intratextual o explicitación consiste en hacer explícito algo implícito, generalmente mediante la adición de elementos clarificadores que pasarán a integrarse en el texto meta como parte indistinta del mismo.

- La universalización limitada consiste en la sustitución del NP por un referente distinto pero que a la vez sea reconocible como exótico o propio del universo cultural del texto original.

- La universalización absoluta supone neutralizar por completo el NP convirtiéndolo en un referente cultural no atribuible a ninguna sociedad concreta.

- La naturalización consiste en sustituir el NP original por un referente específico de la cultura meta.

- La adaptación ideológica implica modificar una referencia ideológica del texto original que se considera ideológicamente inaceptable por otra que encaje mejor en los valores sociales de la cultura receptora.

- La omisión consiste en suprimir el NP original.

- La creación autónoma supone la inclusión de algún NP que no se encuentra en el texto original pero que, desde el punto de vista del traductor, puede resultar interesante para los lectores del texto meta.

De acuerdo con Moya (2000:11), muchos de los errores de traducción están asociados a la traducción de los nombres propios, por lo que conocer las estrategias o procedimientos de traducción más habituales en la lengua meta puede ser de gran ayuda para el localizador.

En el videojuego *Paper Mario 2* observamos cómo los localizadores han empleado varias de las estrategias mencionadas a la hora de traducir los nombres de los personajes. Por ejemplo, por un lado recurren a la adaptación ortográfica al traducir el nombre original *Vivian* por *Bibiana*, un nombre más común en español que además permite a los localizadores mantener la ambigüedad en torno al sexo de dicho personaje bautizándolo con el nombre de una conocida transexual de nuestro país, Bibiana Fernández. Por otro lado, emplean la repetición con los nombres *Koops* y *Yoshi* que se mantienen en la versión meta igual que en el original o, en otros casos, deciden adoptar como estrategia la naturalización traduciendo el nombre de *Macho Grubba* como *Leonardo Dantesco*, una clara referencia a un personaje televisivo conocido



como Leonardo Dantés o traduciendo el nombre del *Professor Frankly* por *Profesor Goomez*, por ser la terminación “ez”, una terminación habitual en los apellidos españoles con la que, sin duda, los usuarios meta estarán más familiarizados.

En lo que respecta a los nombres de lugares, también encontramos algunos ejemplos en el videojuego *Paper Mario 2*. El primero en la traducción de *Rogueport*, que en la localización del videojuego al español pasa a ser *Villa Viciosa*, una forma de adaptación terminológica que además hace referencia al nombre de un concejo del Principado de Asturias. Otro de los ejemplos de traducción de nombres de lugares lo encontramos en la *University of Goom* (figura 51), que en la versión localizada al español pasa a ser *Universidad Goomblutense* (figura 52), con el fin de que los usuarios puedan asociar el nombre al de una conocida universidad española, la Universidad Complutense de Madrid.

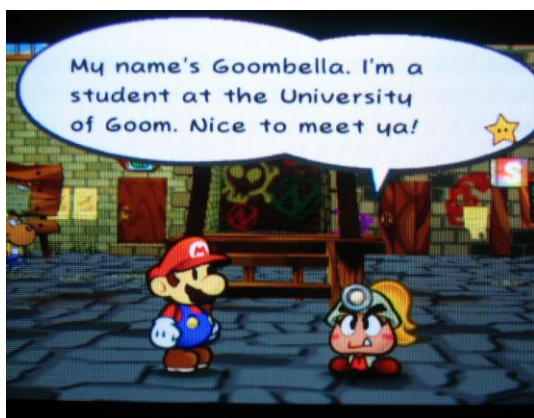


Figura 51: Pantalla del videojuego Paper Mario 2 en inglés.



Figura 52: Pantalla del videojuego Paper Mario 2 en español.

#### 4.4.2.2. Léxico dialectal y acentos.

Como indica Botella (2006:10), el trasvase de léxico dialectal del texto original al texto meta supone una ardua tarea para el traductor o localizador, puesto que siempre se corre el riesgo de romper el momento de concentración del receptor. Así, no es extraño que algunos autores como Crosignani, Ballista y Minazzi (2008:40) aconsejen utilizarlos lo menos posible. Por lo general se tiende a la “nivelación” (Zaro Vera 2001:59 *apud* Hernández 2005:215) u “homogeneización estilística” (Toury 1980:129), es decir, se obvian los acentos y se dobla el producto al español peninsular neutro.

Sin embargo, en algunas ocasiones debido a la caracterización del personaje, los localizadores pueden optar por dotar a un determinado personaje de un registro de la lengua concreto, que no se ajusta al español neutro. Un ejemplo de este tipo lo encontramos en la versión en español del juego *Final Fantasy Tactics A2*, en el cual el personaje Cid realiza en sus intervenciones algunas contracciones propias del español oral, mientras que en la versión original emplea un inglés neutro.



Figura 53: Final Fantasy Tactics A2 en inglés.



Figura 54: Final Fantasy Tactics A2 en español.



Figura 55: Final Fantasy Tactics A2 en inglés.



Figura 56: Final Fantasy Tactics A2 en español.



Figura 57: Final Fantasy Tactics A2 en inglés.



Figura 58: Final Fantasy Tactics A2 en español.



Figura 59: Final Fantasy Tactics A2 en inglés.



Figura 60: Final Fantasy Tactics A2 en español.



Figura 61: Final Fantasy Tactics A2 en inglés.



Figura 62: Final Fantasy Tactics A2 en español.

Como se puede observar, mientras que en la versión en inglés Cid utiliza un registro de la lengua estándar, en la versión en español los localizadores se han decantado por dotar a sus intervenciones de un carácter más coloquial mediante expresiones como “La verdá es que...”, “demasiado indigestos pa’ ti”, “pa’ combatir”, “en to’l ojo”, “to’ lo que yo te diga”.

Otro ejemplo referente al léxico dialectal lo encontramos en la versión al francés de Quebec del videojuego *Super Mario Galaxy*, en la cual los localizadores recurrieron al uso de la variedad lingüística conocida como “joual”, un tipo de francés hablado que se asocia a la clase baja de Montreal, incluyendo en la versión localizada del juego algunas palabras o expresiones del tipo “toé” (toi), “moé” (moi), “icitte” (ici), “frette” (froid), “rapailler” (ramasser), “loqué” (chanceux), “on a des bombes en masse” (on a beaucoup de bombes), “Cette job n'est pas pantoute facile!” (Ce travail n'est pas du tout facile! ).

Dicha versión suscitó una gran polémica entre ciertos organismos como la UDA (Union des artistes) o la OQLF (Office québécois de la langue française), que consideraban inadecuado el uso de esa variedad, puesto que no contribuía a mejorar la calidad del francés hablado por los jóvenes.

#### 4.4.2.3. Unidades fraseológicas.

La traducción de unidades fraseológicas como los modismos, frases proverbiales, expresiones idiomáticas, refranes, etc. constituye uno de los principales escollos que el traductor debe ser capaz de salvar. Resulta esencial que el localizador posea un alto nivel de competencia de este tipo de unidades

en las dos lenguas para ser capaz de encontrar un equivalente que los usuarios meta identifiquen como culturalmente propio.

En algunos casos puede ocurrir que, aunque la versión original no presente este tipo de unidades fraseológicas, el localizador sí decida incluirla por tratarse de una expresión muy habitual en la lengua meta. El ejemplo siguiente lo ilustra a la perfección:



Figura 63: Final Fantasy Tactics A2 en inglés.



Figura 64: Final Fantasy Tactics A2 en español.



Figura 65: Final Fantasy Tactics A2 en inglés.



Figura 66: Final Fantasy Tactics A2 en español.

Se trata de un ejemplo extraído del videojuego *Final Fantasy Tactics A2*, en el que observamos cómo el localizador de la versión en español ha optado por juntar el sentido de las dos pantallas en inglés en una sola y añadir en la segunda pantalla un proverbio muy popular y de uso habitual en la cultura española. De

esta forma se consigue un discurso más cercano a los usuarios, que probablemente podrán identificar con diversas situaciones de su vida cotidiana.

#### 4.4.2.4. El humor.

El humor constituye un elemento clave en los videojuegos (Mangiron y O'Hagan 2006:189). Con frecuencia aparecen chistes o juegos de palabras cuya función es la de divertir y entretener al usuario, por lo que deberán ser adaptados a la lengua y cultura meta.

Un videojuego en el que encontramos ejemplos de humor adaptado a nuestra cultura es *Little King's Story*, en el cual podemos encontrar palabras como “fistro”, “pecador” o “duodenal” propias del humorista Chiquito de la Calzada. A continuación ofrecemos un ejemplo extraído de dicho videojuego cuyo original en inglés “I am more noble than you?” pasa a ser “¿Soy yo más fistro que tú?” en la versión localizada (figura 67) al español.



Figura 67: Juego Little King's Story.

A raíz de la salida al mercado de la versión en español encontramos entre la comunidad de aficionados a los videojuegos dos posturas enfrentadas. La de aquellos que consideran que las soluciones para adaptar el humor a nuestra cultura han sido totalmente acertadas, puesto que se trata de un tipo de humor cien por cien español y, por otro lado, la postura de los que consideran que la presencia de frases como las de la figura desvirtúan la esencia del juego, puesto que no hacen referencia al humor general de nuestra cultura, sino que tan sólo recuerdan a un personaje concreto. Sea como sea, sin duda la localización de este juego al español no ha pasado desapercibida.

#### 4.4.2.5. Iconos.

Los iconos aparecen con gran frecuencia en los videojuegos, sobre todo en los menús, con el fin de ahorrar espacio. El localizador debe ser muy cuidadoso a la hora de decantarse por uno u otro, pues una elección incorrecta podría llevar a confusión. Un caso típico de inadecuación tanto en la localización de software como en la de videojuegos se produce cuando se insertan banderas de un país concreto para la selección de un idioma. Como indica Tercedor (2005:154), en el caso del español esta elección sería totalmente inadecuada dada la gran cantidad de países en los que se habla dicha lengua.

En otros casos, los iconos son creados a partir de metáforas cognitivas del mercado origen, pero el paso del tiempo los ha convertido en habituales en otros mercados meta y ya no constituyen ningún tipo de dificultad. Este es el caso, por ejemplo, de la imagen de un mago (*wizard*), muy habitual en programas procedentes del mercado anglosajón, para indicar el asistente de una aplicación

o la lupa, que esconde una referencia cultural a Sherlock Holmes, para indicar el comando *Buscar* y que los usuarios españoles reconocemos sin problema (Tercedor 2005:154).

En el ámbito de los videojuegos, los primeros elementos iconográficos que percibirá el usuario se encuentran en la caja y, en ocasiones, impresos en el cd o dvd del juego. A este respecto, Prada (2009) analiza cómo varían las carátulas y las imágenes presentes en el cd del juego *Gran Theft Auto III* observando cómo en las versiones para España, Reino Unido y Alemania la imagen impresa en el cd es la misma (el título y una imagen en sombras), mientras que en la versión estadounidense el cd presenta la imagen de una pistola. Estas variaciones entre las diferentes versiones responden, por supuesto, tanto a motivos comerciales como a motivos culturales. Como indica Prada, no es casualidad que la única versión en la que aparece una pistola sea la de Estados Unidos, puesto que el uso de las armas en dicho país es algo habitual, mientras que para el público alemán acostumbrado a un sistema de clasificación de videojuegos muy estricto, probablemente resultaría muy chocante encontrarse con una imagen de este tipo antes de ver el videojuego.

Otro caso curioso, que suscitó una gran polémica entre el público estadounidense, lo encontramos en la portada del videojuego *Super Mario Galaxy*. Como se puede observar en la figura 68 algunas letras presentan un pequeño destello de luz en su parte inferior que al combinarse forman la frase “U R MR GAY” (en español “eres el señor Gay”). Para la segunda entrega del videojuego, *Super Mario Galaxy 2*, Nintendo realizó un cambio en la posición de



los destellos de luz, probablemente con la intención de desmentir el rumor acerca del mensaje oculto. Sin embargo, algunos aficionados a los videojuegos creyeron ver un nuevo mensaje oculto, esta vez tomando las letras en el orden inverso a su aparición “YA IM RU”, que interpretaban como la respuesta a la portada de la primera entrega “Yeah, I’m, are you?” (en español “sí, lo soy, ¿lo eres tú?”).

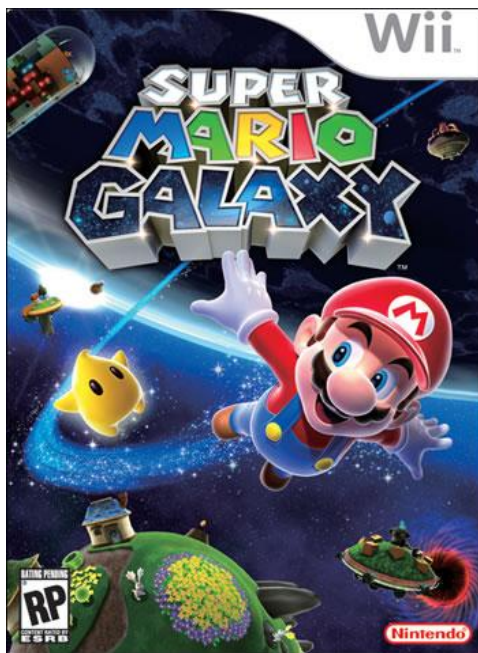


Figura 68: Juego Super Mario Galaxy.



Figura 69: Juego Super Mario Galaxy 2.

Por supuesto, Nintendo nunca ha confirmado ni desmentido si realmente intentaba mandar un mensaje subliminal a los usuarios, pero este rumor o leyenda nos sirve para constatar que durante el proceso de localización se deben tener en cuenta todos los detalles y éstos incluyen, sin duda, la portada del juego, puesto que será la parte del producto con la que el usuario tendrá el primer contacto.

En lo que respecta a los personajes, las diferencias culturales pueden presentar un verdadero reto para el localizador, especialmente cuando se

trabaja con pares de lenguas muy alejados como el caso del japonés y el español. Cada cultura tiene unos gustos, mientras que en Japón se prefieren personajes de aspecto adolescente, en Europa los usuarios se identifican mejor con los personajes de aspecto adulto. Di Marco (2007:3) expone el ejemplo del juego japonés *Fatal Frame* en el que el que Miku (figuras 70 y 71), el personaje del juego original, es una adolescente que viste con uniforme. Dadas las preferencias del mercado meta, en este caso de los usuarios europeos, para su exportación se produjo un cambio en la caracterización del personaje, así como en su vestuario y en sus discursos con el fin de que pareciese más madura.



Figura 70: Miku versión Project Zero



Figura 71: Miku versión Fatal Frame

Otro videojuego en el que también se produjeron cambios de caracterización fue el japonés *Zettai Zetsumei Toshi*, conocido en Estados Unidos como *Disaster Report* y en Europa como *SOS The Final Escape*. Además del cambio de título se produjo un cambio en el aspecto físico de los personajes

adoptando éstos en las versiones americana y europea una apariencia más caucásica, como se puede observar en las figuras 72 y 73.



Figura 72: Juego *Zettai Zetsumei Toshi*.

Fuente: <http://www.zettai-zetsumei.com/zettai/gallery/shot1/shot5.jpg>



Figura 73: Juego *Disaster Report*.

Fuente: [http://www.gamespot.com/ps2/action/disasterreport/images/0/62/?full\\_size=1](http://www.gamespot.com/ps2/action/disasterreport/images/0/62/?full_size=1)

Los gestos de los personajes son también una fuente de dificultades para los localizadores. En un videojuego japonés podríamos encontrarnos con personajes que se toquen la nariz para referirse a sí mismos, lo que implicaría una verdadera tarea creativa por parte del localizador para conseguir que los usuarios españoles no crean que los personajes hacen cosas sin sentido. En estos casos los localizadores deben ser capaces de identificar todas las diferencias culturales con el fin de reestructurar o reescribir el guión en las escenas que pueden causar problemas, lo que suele ser la práctica más habitual cuando no es posible modificar las imágenes.

También en el caso de videojuegos ambientados en un contexto histórico puede ser necesario algún tipo de cambio. Durante la localización al alemán del *Jane's WW2 Fighters*, un juego de simulación aérea ambientado en el año 1944, fue necesario eliminar las imágenes de las esvásticas, debido a las leyes

alemanas que prohibían la exhibición de dicho símbolo (Dietz 2006: 132). Otro ejemplo lo encontramos en la versión E1M4 del videojuego *Doom 1.0* (figura 74) que contenía una estructura con forma de esvástica, que posteriormente fue modificada para la versión 1.4. (figura 75).



Figura 74: Juego Doom 1.0.



Figura 75: Juego Doom 1.4.

Fuente:  
[http://www.rome.ro/lee\\_killough/memorabilia/swastika.shtml](http://www.rome.ro/lee_killough/memorabilia/swastika.shtml)

Por lo tanto, en algunos casos la modificación de las imágenes resulta necesaria a fin de evitar futuros problemas legales en la cultura meta. Los localizadores deberán estar al tanto de estas cuestiones y ser capaces de identificar posibles imágenes problemáticas para informar a los jefes del proyecto.

#### 4.4.2.6. Formatos de fecha y de hora:

Estos formatos varían en función de las culturas. En España, al igual que en el resto de los países hispanohablantes las fechas se escriben en el siguiente orden: día/mes/año mientras que en inglés encontramos dos variedades. Mientras el Reino Unido e Irlanda optan por nuestra forma de representación de las fechas, en los textos estadounidenses lo común es encontrar el orden mes/día/año.

#### 4.4.2.7. Sistemas monetarios

Los sistemas monetarios varían en función de las culturas, por lo que en los juegos en los que los usuarios manejen dinero sería recomendable adaptar las unidades monetarias. Además se debe tener en cuenta que la forma de representar las cantidades monetarias varía en función de la cultura, por ejemplo, mientras que en España posponemos el símbolo monetario a la cantidad (30 €), en Estados Unidos, Reino Unido o Irlanda lo anteponen (\$ 30, £ 30, € 30).

#### 4.4.2.8. Formato de números

Los números suelen estar presentes en muchos videojuegos que clasifican a los usuarios dependiendo de la puntuación que hayan obtenido a lo largo de la partida. A pesar del carácter universal de los números estos pueden plantear dificultades al localizador.

En inglés se utiliza un punto en las cantidades que contienen decimales, mientras que en español usamos una coma. En el caso de los múltiplos de millar esto sucede al revés: en inglés se emplea una coma mientras que en español utilizamos un punto.

Cuando se trata de números que hacen referencia a los siglos, en español empleamos los números romanos, mientras que en inglés no. Debemos señalar, además, que los números romanos deben escribirse con letra versalita y no con mayúsculas.

Cuando las cantidades son grandes se debe tener en cuenta la existencia de dos sistemas: el sistema N, que permite encontrar el valor numérico en potencias de 10 de los números terminados en *-illion* (-illón) y según el cual  $10^{6N} = N$  (illion), siendo N el prefijo empleado a partir de *million*, bi para N = 2, tri para N = 3 y así sucesivamente. El otro sistema es el sistema (N+1), en uso en Estados Unidos y en el Reino Unido, y que utiliza una fórmula totalmente distinta:  $10^{3(N+1)} = N$  (illion) por lo que *billion* (billón) en el sistema N será *trillion* en el sistema (N+1).

#### 4.4.2.9. Formato de direcciones

Es preciso adaptar el formato de las direcciones tanto en el texto presente en la historia del videojuego como en las direcciones de contacto del servicio al cliente que se proporcionen en el manual o en la caja, en el caso de que la empresa disponga de una delegación situada en el ámbito nacional.

#### 4.4.2.10. Colores

No existe un significado universal de los colores, por lo que un mismo color puede expresar sentimientos totalmente contrapuestos, dependiendo de la cultura en la que nos hallemos. El localizador debe ser consciente de estas diferencias y aplicar los cambios necesarios en función del mercado meta al que se dirija el producto localizado.

Además, en algunos casos, los cambios relacionados con los colores responden a las restricciones impuestas por los sistemas de clasificación de cada

país. Por ejemplo, la sustitución del color rojo de la sangre por el verde en algunos videojuegos destinados al mercado alemán.



Figura 76: Sangre roja en Mortal Kombat



Figura 77: Sangre verde en Mortal Kombat

<http://forums.penny-arcade.com/showthread.php?p=12518867>

#### 4.4.2.11. Aspectos legales

Englobamos en esta categoría todos los aspectos citados en el apartado 3.2.3, que hacen referencia a la pornografía, violencia, presencia de bebidas alcohólicas, lenguaje soez, que el localizador también deberá tener en cuenta a la hora de adaptar el producto original a la cultura meta.

En los casos en los que los textos de carácter legal hagan referencia a artículos legales, éstos deberán ser adaptados en función de la legislación de la cultura meta.

Además, en el caso de que la distribuidora del videojuego posea una filial en el mercado meta, tanto los datos de contacto como la información relativa al soporte técnico deberán ser adaptados.

### **4.4.3. Aspectos extralingüísticos**

Como indicábamos al inicio del presente capítulo, la localización de videojuegos además de compartir muchas características con la localización de software, comparte también algunos aspectos con la traducción audiovisual, tales como el doblaje, el subtulado y la presencia de bandas sonoras.

En la localización de videojuegos estos aspectos, que nosotros denominamos extralingüísticos, desempeñan un papel clave como soporte del texto por lo que no deben ser descuidados.

#### **4.4.3.1. Doblaje**

El doblaje es la modalidad de traducción audiovisual mayoritaria en España, Italia, Alemania y Francia (Agost 1999:17, Chaves 2000:44, Díaz Cintas 2003:50). Cuenta con una larga tradición en la traducción cinematográfica o televisiva y actualmente se aplica en la mayoría de los videojuegos que salen al mercado.

Agost (1999:80-93) realiza una clasificación de géneros doblados en nuestro país en cuatro grupos:

1. Géneros dramáticos.
  - 1.1. Traducción de películas y telefilmes
  - 1.2. Traducción de series.
  - 1.3. Traducción de dibujos animados.
2. Géneros informativos.
3. Géneros publicitarios.



4. Géneros de entretenimiento, modalidad a la que se adscriben los videojuegos.

De acuerdo con Agost (1999:16), “el doblaje consiste en la sustitución de una banda sonora original por otra”. Otras definiciones de este término las encontramos en Ávila (1997:18), Chaves (2000:44), Lorenzo (2000:19), Chaume (2003:17).

El doblaje de un videojuego es similar al doblaje de una película. Primero se traduce el guión y se ajusta al tiempo de audio original para posteriormente grabarlo en los estudios de doblaje (Barreras 2003:3). Dentro de la técnica de doblaje resulta imprescindible respetar tres tipos de sincronía (Agost 1999:58-59):

- a) Sincronismo de caracterización: armonía entre la voz del actor que dobla y el aspecto físico del personaje que aparece en pantalla.
- b) Sincronismo de contenido: coherencia entre el argumento original y el argumento traducido.
- c) Sincronismo visual: armonía entre los movimientos articulatorios visibles y los sonidos que se oyen.

El sincronismo de caracterización resulta especialmente importante. Al igual que en una película hay que elegir cuidadosamente las voces que darán vida a los personajes del videojuego. Barreras (2003:3) explica que, generalmente, se suele contratar a tres o cuatro actores para las voces de los personajes principales y a otros tres actores, que se encargarán del doblaje de todos los personajes secundarios. No obstante, no es recomendable abusar de la

reutilización de voces, puesto que al igual que ocurre en el doblaje cinematográfico, aunque se abaraten costes, la calidad del videojuego final puede verse afectada.

Según Barreras (2003:7), la dificultad de realizar un buen doblaje de un videojuego radica en que, por lo general, ni los actores de doblaje ni los directores artísticos poseen grandes referencias sobre las escenas que están grabando, puesto que no ven las imágenes mientras doblan las voces, por lo que el desconocimiento de los personajes puede llevar a una elección inadecuada de sus voces.

El caso más difícil se plantea cuando se debe localizar un videojuego que ha surgido a partir de una película, puesto que en este caso los usuarios ya asocian una determinada voz con cada personaje, por lo que resulta esencial intentar conseguir una voz lo más parecida posible a la del doblador de la película con el fin de no provocar el rechazo por parte del receptor.

Otro problema que puede surgir se debe a que en la mayoría de los videojuegos los diálogos entre dos o más personajes no se graban en tiempo real, sino que cada actor de doblaje grabará todas sus líneas de diálogo seguidas, que posteriormente deberán ser ordenadas por los programadores. De esta forma un mismo archivo de audio podrá ser utilizado en diferentes partes del juego. Este método puede provocar que, en ocasiones, los diálogos queden forzados o las entonaciones no sean las correctas pudiendo dar lugar a un fallo de sincronismo de contenido y reduciendo, por lo tanto, la calidad del videojuego localizado. Sin embargo, las empresas lo utilizan porque les resulta

más económico que cada actor interprete sus frases de un tirón que tener a dos actores en la sala de grabación interpretando un diálogo (Barreras 2003:7).

Después de la grabación del audio, al igual que ocurre en el cine o en la televisión, tiene lugar el proceso de post-producción tras el cual obtendremos el producto final. Dentro de este proceso se incluye la fase de ajuste visual del guión para la cual se deben tener en cuenta tres tipos de sincronía (Agost 1999:65).

1. Sincronía fonética o labial: tiene que ver con la armonía entre la articulación de vocales y consonantes que percibimos de los personajes de la pantalla y lo que oímos. Este tipo de sincronía plantea más problemas en la traducción cinematográfica o televisiva, puesto que la articulación de los personajes de los videojuegos, al ser animados, no se percibe tan claramente.
2. Isocronía: hace referencia a la extensión de las frases del original y las de la traducción. Si la versión traducida resulta ser más larga que la original, lo que es muy frecuente si traducimos de inglés al español, ésta tendrá que ser ajustada.
3. Sincronía quinésica: tiene que ver con los gestos característicos de cada lengua y cultura lo que en ocasiones puede constituir un problema en el proceso de doblaje.

Al igual que ocurre en la traducción audiovisual (Chaume 2005:8), en la localización de videojuegos se tenderá a respetar la isocronía por encima de los demás tipos de sincronía.

Queda patente, pues, que el proceso de doblaje de un videojuego, debido a la naturaleza de sus personajes, se asemeja en gran medida al doblaje de una película de animación o una serie de dibujos animados.

#### **4.4.3.2. Subtitulado**

En el ámbito de la traducción cinematográfica la subtitulación es una práctica extendida en países como Holanda, Bélgica, Dinamarca, Noruega, Suecia, Finlandia, Portugal, Grecia y la mayoría de los países hispanoamericanos (excepto Brasil) (Agost 1999:18, Díaz Cintas 2003:50). En lo que concierne a la localización de videojuegos, en el pasado fue una técnica muy utilizada pero en la actualidad se tiende a combinar el subtitulado y el doblaje, empleándose el primero como complemento del segundo.

De acuerdo con Díaz Cintas (2003:32), la subtitulación se puede definir como “una práctica lingüística que consiste en ofrecer, generalmente en la parte inferior de la pantalla, un texto escrito que pretende dar cuenta de los diálogos de los actores, así como de aquellos elementos discursivos que forman parte de la fotografía (cartas, pintadas, leyendas, pancartas, etc.) o de la pista sonora (canciones, voces en off, etc.).” Otras definiciones de subtitulación las podemos encontrar en Chaume (2003:18) y Agost (1999:17).

Al igual que ocurre con el doblaje, el subtitulado dentro del proceso de localización de un videojuego tiene muchas características en común con la subtitulación del resto de modalidades de traducción audiovisual.

La primera característica tiene que ver con el ajuste de los tiempos de entrada y salida de los subtítulos a la velocidad de lectura de los usuarios. El ritmo de entrada y salida de los subtítulos depende de la velocidad de los diálogos o narración presente en el videojuego así como de los usuarios meta. Como indica Díaz Cintas (2003:81), establecer el nivel medio de velocidad lectora en la traducción audiovisual no es una tarea fácil. Sin embargo, en el caso de los videojuegos podemos considerar que los usuarios son un poco más homogéneos en ese aspecto dado que, en muchos casos, su afición les ha proporcionado mucha práctica a la hora de leer subtítulos.

Al igual que ocurre en la traducción de películas, en los videojuegos el tipo de letra empleado en los subtítulos debe ser fácil de leer y debe existir una pequeña pausa entre un subtítulo y el siguiente para que el usuario pueda percibir que está ante un nuevo texto. A este respecto, encontramos un ejemplo en el videojuego *Banjo-Kazooie: Nuts & Bolts*, cuya primera versión contenía unos subtítulos prácticamente ilegibles en televisores de definición estándar, lo que, tras las quejas de los usuarios, llevó a la compañía desarrolladora a corregir este problema<sup>9</sup>.

Otra característica que los subtítulos de videojuegos comparten con los subtítulos de los demás productos audiovisuales es el uso del color, pero

---

<sup>9</sup> [http://www.meristation.com/v3/des\\_noticia.php?id=cw4917155c47fc4&pic=GEN](http://www.meristation.com/v3/des_noticia.php?id=cw4917155c47fc4&pic=GEN)

mientras que en la traducción audiovisual se utiliza con el fin de distinguir a los diferentes actores (Díaz Cintas 2003:150), en los videojuegos su misión es la de resaltar información relevante para el usuario, como el nombre de algún lugar, que le podrá ser de utilizad para seguir avanzando en el juego (Mangiron y O'Hagan 2006:14).

En lo que respecta a la longitud del subtítulo, a diferencia de la traducción audiovisual donde la extensión del texto traducido se mide en caracteres, en la localización de videojuegos suele medirse en píxels (Mangiron y O'Hagan 2006:14). Esto es debido a que, normalmente, la fuente es de ancho variable, por lo que de esta forma se puede aprovechar mejor el espacio al tener en cuenta el grosor de cada carácter.

#### **4.4.3.3. Música**

La música presente en los videojuegos constituye otro factor extralingüístico que aporta una gran carga expresiva. Suele ser un indicador del género del videojuego.

A lo largo de una partida vamos escuchando diferentes melodías dependiendo de en qué parte de la acción nos encontramos. Formoso (2008:66) hace la siguiente clasificación de tipos de música que pueden aparecer en un videojuego:

1. Música de acompañamiento: se utiliza para acompañar y entretener al usuario mientras realiza alguna tarea.

2. Música de ambiente: su misión es la de conseguir la inmersión del usuario en el entorno mediante canciones relacionadas con la época en la que se desarrolla la acción y con la situación en la escena.
3. Música de tensión: su función es la de producir intranquilidad y expectación en el usuario. Para ello se suelen utilizar canciones con un ritmo rápido y, por lo general, constituyen un indicador de peligro.
4. Música de acción: este tipo de música aparece cuando el usuario se encuentra en un momento importante del juego. Suelen ser canciones con un ritmo rápido que ayudan a reforzar el momento de tensión que vive el usuario al intentar conseguir un objetivo.
5. Música de resolución: se trata de música que va ligada a la acción y puede transmitir alegría, en el caso de que el usuario haya concluido una tarea con éxito o tristeza, si no logra completar su misión. Este tipo de música aparece también al finalizar el juego mediante melodías que evocan un sentimiento de alegría por el desenlace de la acción.

Generalmente estas melodías suelen ser instrumentales, es decir, no contienen letra por lo que no suponen ninguna dificultad para el localizador.

#### 4.4.4. Aspectos técnicos

Como hemos visto a lo largo del presente capítulo, la evolución de las consolas, en lo que a sus características se refiere, ha sido constante a lo largo de su corta historia. Obviamente los videojuegos no se han quedado atrás y han ido avanzando a la misma velocidad. Sus características técnicas (gráficos, sonido, etc.) han mejorado notablemente, hasta el punto de conseguir que los usuarios puedan experimentar la historia desde un punto de vista más real y con mayor intensidad.

Dado que los videojuegos contienen una parte de software, no es extraño que a lo largo de su proceso de localización nos encontremos con ciertas dificultades de carácter técnico. A continuación abordaremos los principales aspectos técnicos que un localizador, a nuestro modo de ver, debería tener en cuenta al trabajar con un videojuego.

##### 4.4.4.1. Codificación de caracteres:

La codificación de caracteres representa un aspecto de gran importancia dentro de la localización de cualquier videojuego, puesto que del código empleado durante su diseño dependerá que se puedan mostrar caracteres que no existen en la lengua origen pero sí en la lengua meta. Este aspecto debe ser tenido en cuenta durante la fase de internacionalización.

Dado que los ordenadores trabajan con código binario, es decir, un lenguaje basado en ceros y unos, durante la década de los sesenta se desarrolló el código ASCII (*American Standard Code for Information Interchange*) para



usarse con el idioma inglés. Este código asignaba una representación numérica a cada carácter. Se trataba de un código de 7 bits en el que cada carácter estaba representado por un único valor numérico decimal y para transferir esa información al ordenador era necesario convertir ese valor decimal en número binario.

El código de 7 bits implicaba que había siete huecos que rellenar y dos elementos (cero y uno) para usar en cada hueco, por lo que las posibilidades se reducirían a variaciones con repetición de dos elementos tomados de siete en siete, lo que equivale a  $2^7$ , es decir, 128 caracteres.

El proceso de globalización hizo que el inglés dejase de ser la única lengua presente en el ámbito informático y que otras lenguas compuestas por más caracteres que el inglés, como es el caso del español, se subiesen al carro del desarrollo tecnológico. El sistema ASCII ya no podía abarcar estas lenguas, por lo que pronto tuvo que ser modificado pasando, a usar un byte completo, es decir, 8 bits: los 7 bits de la anterior codificación ASCII más un octavo bit empleado para los denominados caracteres extendidos.

Sin embargo, esta nueva modificación sólo permitía el uso de 256 caracteres (en este caso eran variaciones con repetición de dos elementos tomados de ocho en ocho), por lo que para lenguas con más de 40.000 caracteres, como es el caso del chino, seguía siendo un sistema muy limitado. Como solución se empezó a usar el doble byte, con lo que se conseguían codificar 65536 caracteres.

A raíz de todos estos problemas con la codificación de caracteres se creó el sistema Unicode, que asignaba un número único a cada carácter, permitía la codificación de más de 65.000 caracteres y era compatible con la bidireccionalidad del texto, imprescindible para trabajar con lenguas como el árabe o el hebreo (Chandler 2005:119-120).

Unicode establece tres sistemas de codificación conocidos como los UTF (*Unicode Transformation Format*). Éstos son el UTF-8, UTF-16 y UTF-32.

Por lo tanto, en la localización de videojuegos es recomendable utilizar el estándar Unicode (Chandler 2005:120), puesto que al ser un sistema de codificación universal no nos planteará problemas, independientemente de cuáles sean nuestras lenguas de trabajo.

#### 4.4.4.2. Gráficos e imágenes

Muchas veces, el texto de un videojuego aparece insertado en un gráfico o en una imagen, lo que puede constituir una dificultad añadida para el localizador, puesto que no sólo habrá que traducirlo sino que, más tarde, ese gráfico deberá ser modificado con el fin de insertar el texto localizado en el gráfico original mediante los programas adecuados. En este caso, la longitud del texto traducido no podrá exceder a la del texto original para que no haya problemas de espacio a la hora de introducirlo en la pantalla.

Como indica Tercedor (2005:155), lo ideal es que durante el proceso de creación del videojuego el texto y la imagen se sitúen en capas diferentes, ya que de esta forma se simplificará en gran medida la modificación del texto.

#### 4.4.4.3. Longitud del texto

Con frecuencia, los localizadores de videojuegos se quejan de las grandes restricciones de caracteres a las que se ven sometidos.

En el caso del inglés y el español, el primero es un idioma de palabras cortas (*undo, save, back*) que, al traducirse al español, pueden llegar a aumentar en un 30% (Díaz Montón 2006:3), por lo que si la interfaz del juego no está diseñada para acoger textos más largos, el localizador tendrá que ingeniárselas para conseguir que su traducción no exceda el espacio del que dispone. El problema se agrava especialmente en el caso de los juegos para móviles, puesto que el espacio disponible es muy limitado, lo que obligará al localizador a usar sintagmas cortos del tipo “¿Guardar?” en lugar de “¿Estás seguro de que deseas guardar los cambios?” (Díaz Montón 2006:3).

Estas restricciones de espacio pueden llevar al localizador a utilizar abreviaturas que perjudican la legibilidad y pueden incluso confundir a los usuarios. En muchos casos, la mejor solución será la de utilizar un símbolo cuyo significado se explique en el manual, por ejemplo, una flecha para indicar el comando “atrás”.

Un ejemplo de traducción no aceptable lo encontramos en la versión española del videojuego *Suikoden Tierkreis* (figura 79) desarrollado por *Konami Digital Entertainment* para la plataforma Nintendo DS.



Figura 78: Juego Suikoden en inglés.



Figura 79: Juego Suikoden en español.

Se trata de la pantalla inicial del juego, en la que vemos cómo en la segunda caja de texto de la versión en español se ha traducido “Load game” por “Carg part”, lo cual no constituye ninguna abreviatura en español. En un principio, podemos pensar que el error se debe a un fallo de restricción de caracteres, puesto que como se observa en la figura, los textos en inglés son bastante más cortos. Sin embargo, comprobamos que en el primer cuadro de diálogo sí se ha podido aumentar el número de caracteres para incluir la versión en español, por lo que resulta curioso que la palabra “game” se haya traducido como “partida” en la primera opción y como “part” en la segunda, más aún si tenemos en cuenta que parece haber suficiente espacio en la caja de texto para haberlo traducido como “cargar partida”.

Nos encontramos, por lo tanto, ante un error que, en principio, parece provenir del desarrollador, al haber impuesto unas limitaciones de espacio erróneas en el archivo. No obstante, dado que el proceso de localización es un proceso en el cual intervienen muchos agentes, lo lógico habría sido que este fallo hubiera sido detectado por el equipo de testeo o evaluación de la calidad

durante la fase de pruebas, sobre todo teniendo en cuenta que se trata de la pantalla inicial del juego.

#### 4.4.4.4. Variables

En el ámbito de la programación, las variables son caracteres precedidos del símbolo %, que representan estructuras de datos que podrán ser reemplazados por otros valores a lo largo de la ejecución del programa.

En los videojuegos, el uso de variables permite conseguir una mayor interactividad entre el usuario y el juego. Estas variables suelen sustituir el nombre del jugador, el nombre de su lugar de procedencia u otro tipo de datos que introduzca el usuario, y cambian dependiendo del momento de la acción en la que se encuentre el usuario.

Es importante que el localizador sepa reconocer qué es lo que reemplaza cada variable para que el texto no presente problemas de concordancia al ejecutarse en el juego.

Un ejemplo sencillo del uso de variables es “%s wins” donde la variable “%s” sustituye el nombre del jugador. Una vez localizado el texto debería quedar “Ha ganado Carmen” (Díaz Montón 2006:4).

Otros casos pueden ser algo más complicados. Por ejemplo, cuando en inglés encontramos una variable en una frase como “%s acquired!”, en español se nos presenta un problema porque no sabemos si el objeto que se consigue es masculino o femenino, por lo que una traducción literal no serviría en este caso

al poder efectuarse discordancias de género. En este tipo de situaciones lo más recomendable sería reformular la frase por algo como “Has conseguido %s”.

En el caso de que un texto contenga dos variables idénticas se deberá respetar el orden de las mismas. Ej:

Error exporting %s: couldn't open file '%s'>Error al exportar %s: no se pudo abrir el archivo '%s'.

#### 4.4.4.5. La concatenación

De acuerdo con Díaz Montón (2006:3), “la concatenación de caracteres consiste en escribir cadenas de texto independiente que durante el juego se combinan para formar distintas frases, según las acciones del jugador.”

En los videojuegos resulta de gran utilidad para no tener que programar mensajes repetitivos.

La simplicidad de la gramática inglesa favorece la concatenación, mientras que para un localizador español puede suponer más de un quebradero de cabeza. Por ejemplo la traducción de un sintagma tan sencillo como puede ser “la mesa” puede dar lugar a problemas puesto que en español su plural será “las mesas” mientras que en inglés el artículo se mantendrá igual en singular y en plural y tan sólo se necesitará cambiar el sustantivo.

Este factor debería ser tenido en cuenta durante el desarrollo del juego, ya que de lo contrario, al concatenar las cadenas pueden obtenerse mensajes si ningún sentido y lo que un usuario puede interpretar como una “mala traducción” es en realidad un problema de programación (Díaz Montón 2006:3).

Por esta razón, es importante que el localizador sepa qué cadenas se pueden formar. En el siguiente ejemplo de Díaz Montón (2006) se observa claramente:

1	Player %s wins a	El jugador %s consigue una
2	Red	roja
3	Yellow	amarilla
4	Green	verde
5	Motorcycle	moto

Las cadenas 2,3 y 4 pueden ser traducidas en femenino o masculino por lo que para que el localizador sepa por qué opción debe decantarse es necesario indicarle que la cadena 1 irá unida a la cadena 2, 3 ó 4 y éstas a su vez a la 5. Así no cabrá duda de que los adjetivos deben traducirse a su forma femenina.

#### 4.4.4.6. Teclado y teclas de acceso rápido

Si en el texto del videojuego se hace referencia a alguna tecla, ésta deberá ser traducida empleándose el nombre que aparezca en el teclado o la denominación en la lengua meta, en el caso de que su nombre no esté indicado en el teclado. Un ejemplo de este tipo de adaptación del inglés al español sería:

Delete Key > Tecla Supr

Control+Shift > Control + Mayús

En el caso en el que se puedan habilitar las teclas de acceso rápido, éstas deberían ser adaptadas con el fin de que el usuario las pueda recordar más fácilmente. Ej:

Ctrl + S > Ctrl + G para guardar

Ctrl + O > Ctrl + A para abrir

#### 4.4.4.7. Calendario

Aunque se trata de un mínimo detalle, un fallo en el calendario del sistema de una consola puede dar lugar a problemas de carácter técnico pudiendo incluso perderse la información que haya sido guardada de los juegos.

Un fallo de este tipo tuvo lugar el 1 de marzo de 2010 con los modelos anteriores al Slim de PlayStation 3. Durante todo ese día los usuarios mostraban su indignación al ver que no conseguían arrancar el sistema de la forma habitual debido al error 8001050F. El origen del fallo radicaba en que para el sistema de la PS3 el año 2010 era un año bisiesto, por lo que reconocía el 1 de marzo como 29 de febrero. Este error, que ha pasado a ser conocido como el “efecto bisiesto”, provocó diversos problemas como la imposibilidad de acceso a PlayStation Network, demos o a los contenidos descargables de PlayStation Store, daños en los temas, cambios en la fecha de la consola (viéndose modificados los relojes internos de la PS3 al 31/12/1999 en América y al 1/1/2000 en Europa y Asia), imposibilidad de acceso a los datos de partidas guardadas y desajustes en la lista de trofeos.



**CAPÍTULO 5:**

**APLICACIÓN DEL MODELO**

**TRADUCTOLÓGICO AL VIDEOJUEGO**

**HARRY POTTERY LA PIEDRA FILOSOFAL**



El presente capítulo pretende comprobar la validez del modelo traductológico expuesto en el apartado anterior, así como poner de manifiesto algunos de los recursos utilizados en la localización de videojuegos a través del análisis de un videojuego y de las diferencias que presenta con respecto a la traducción de la novela (original y traducida), en la que se inspira.

Las historias del pequeño mago Harry Potter se enmarcan dentro de una saga compuesta por siete títulos y clasificadas como literatura infantil y juvenil. No obstante, se han convertido en todo un fenómeno literario que ha conseguido despertar no sólo la atención de niños, sino también la de adultos. Como dato curioso podemos destacar el hecho de que Bloomsbury, la editorial inglesa encargada de su publicación en el mercado haya elaborado para cada edición dos versiones diferentes, una para niños y otra para adultos, que tan sólo se diferencian en la portada (figuras 80 y 81), probablemente para que ningún adulto pueda sentirse avergonzado de que lo alguien lo vea leyendo un cuento infantil.

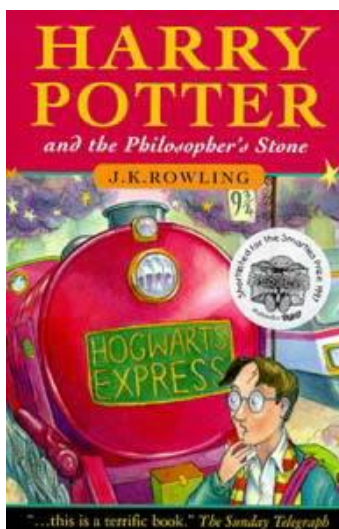


Figura 80: Portada para público infantil.

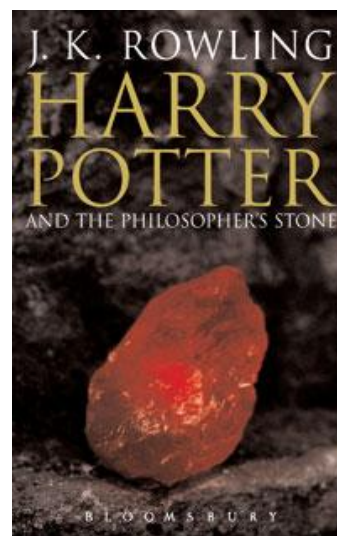


Figura 81: Portada para público adulto.

El lanzamiento de la primera novela de Harry Potter se produjo en 1997, bajo el título de *Harry Potter and the Philosopher's Stone* (Harry Potter y la Piedra Filosofal) y fue editado por Bloomsbury en Reino Unido en junio de 1997. En Estados Unidos, la editorial encargada de publicarlo fue Arthur A. Levine Books /Scholastic, y lo hizo en septiembre de 1998 pero bajo el título de *Harry Potter and the Sorcerer's Stone* (Harry Potter y la piedra del Hechicero). A España no llegaría hasta 1999, de la mano de la editorial emecé (que más tarde pasaría a denominarse Salamandra) y traducido por Alicia Dellepiane. Durante ese mismo año la productora estadounidense *Warner Bros* adquirió los derechos para adaptar las novelas al cine.

La segunda entrega de la saga, de título *Harry Potter and the Chamber of Secrets* (Harry Potter y la Cámara Secreta) se publicó en el Reino Unido en julio de 1998, mientras que en Estados Unidos lo hace casi un año más tarde, en junio de 1999. Este libro conseguirá llegar al número uno de ventas de libros para adultos de nueva publicación en sólo un mes. En el año 2000 sale a la venta también en España, traducido por Adolfo Muñoz y Nieves Martín Azofra.

El tercer libro, titulado *Harry Potter and the Prisoner of Azkaban* (Harry Potter y el prisionero de Azkaban) se publica el 8 de julio de 1999 en Reino Unido, y el 8 de septiembre del mismo año en Estados Unidos. Consiguió permanecer como número uno de las listas de ventas de libros para adultos durante cuatro semanas. A España no llegará hasta 2001, traducido, de nuevo, por Adolfo Muñoz y Nieves Martín Azofra. En ese año se estrena la primera entrega de la saga y sale al mercado el primer videojuego de Harry Potter, cuyos

derechos habían sido comprados por la empresa *Electronic Arts*, que fue la encargada de diseñar el juego para una gran variedad de plataformas (PC, Play Station, Xbox, GameBoy Color...).

*Harry Potter and the Goblet of Fire* (Harry Potter y el cáliz de fuego), el cuarto libro, se publicó el 8 de julio de 2000 en Gran Bretaña, Estados Unidos, Canadá y Australia, llegando a superar todos los récords de ejemplares vendidos en el primer fin de semana de su publicación. En España no se publicará hasta el año 2003, traducido, al igual que los dos anteriores, por Adolfo Muñoz y Nieves Martín Azofra.

Por su parte, *Harry Potter and the Order of the Phoenix* (Harry Potter y la Orden del Fénix), el libro más largo de toda la serie, se publica el 21 de junio de 2003 en Gran Bretaña, Estados Unidos, Canadá y Australia. Consiguió batir los récords establecidos por el libro anterior, convirtiéndose así en el libro de venta más rápida de la historia, de hecho en Gran Bretaña se vendieron 1,78 millones de copias en sólo un día. El 21 de febrero de 2004 sale a la venta la edición en español que esta vez contó con tres versiones: una para España, traducida por Gemma Rovira; otra para Argentina, Chile y Uruguay a cargo de María José Rodríguez Murguiondo; y la tercera, para el resto de América Latina, cuya responsable fue Myriam Rudoy.

El sexto libro *Harry Potter and the Half-Blood Prince* (Harry Potter y el Príncipe Mestizo) salió a la venta el 16 de julio de 2005 en los países de habla inglesa, mientras que en España lo hace en 2006, traducido por Gemma Rovira. El ansia de los seguidores por conseguir un ejemplar el día del lanzamiento

provocó que las semanas antes de la fecha prevista las librerías estadounidenses se viesen desbordadas ante los miles de encargos que recibieron. En vista de la expectación generada se realizó una primera tirada de más de diez millones de ejemplares, con unas ventas de casi 7 millones de dólares en las primeras horas.

El último libro de la saga, *Harry Potter and the Deathly Hallows* (Harry Potter y las reliquias de la muerte) se publicó el 21 de julio de 2007 en los países de habla inglesa y en 2008 en España, traducido por Gemma Rovira. Este libro ha supuesto todo un acontecimiento en cuanto a récords de ventas. Ha sido el libro de venta más rápida tanto en Estados Unidos como en el Reino Unido, donde consiguió vender más de 2 millones de copias en las primeras veinticuatro horas.

El éxito de la saga ha provocado que más de 200 países ya hayan publicado las aventuras de Harry Potter, traducidas a más de 65 idiomas, con un número total de copias que asciende ya a más de 350 millones ejemplares.

La repercusión de esta obra ha sido tal que, con motivo del Día Internacional de la Alfabetización, el 8 de septiembre de 2009, la UNESCO incluyó en el programa<sup>10</sup> del día la reunión en París con los traductores de los libros de Harry Potter a diferentes idiomas, con el fin de examinar el papel de la traducción en el aumento de la alfabetización y el entendimiento entre las culturas.

Esta popularidad ha hecho también que los libros de la saga Harry Potter, así como sus traducciones hayan sido objeto de estudio de varios autores

---

<sup>10</sup> [http://www.unesco.org/new/es/media-services/single-view/news/unesco\\_celebrating\\_international\\_literacy\\_day\\_on\\_8\\_september/browse/1/back/18384/](http://www.unesco.org/new/es/media-services/single-view/news/unesco_celebrating_international_literacy_day_on_8_september/browse/1/back/18384/)

(González y Veiga, 2003; Valero, 2003; Brondsted y Dollerup, 2004; Standowickz, 2009) los cuales se han centrado, por lo general, en la carga semántica que poseen los nombres propios presentes en los libros y en la variedad de soluciones aportadas por los diferentes traductores en función de las lenguas meta.

La elección de uno de los juegos de la saga Harry Potter para llevar a cabo nuestro estudio se debe principalmente a que se trata de una historia enmarcada dentro de un contexto cultural marcadamente británico, por lo que pensamos que la comparación, en este caso, de las lenguas y culturas inglesa y española podría resultar interesantes. Además, al tratarse de un juego basado en una novela, el localizador no gozará de tantas libertades como cuando trabaja con un videojuego cuya historia sale por primera vez al mercado, puesto que se verá obligado, en muchas ocasiones, a respetar las soluciones adoptadas por sus predecesores. A este respecto, pretendemos comprobar que en el ámbito de la localización también se recurre al concepto enunciado por Venuti (1995) de invisibilidad de la traducción o, en este caso, invisibilidad de la localización, al intentar que la traducción del producto final se asemeje lo máximo posible a la realizada por otros traductores de otros productos de la misma saga.

Suponemos que el público que vaya a adquirir un videojuego perteneciente a esta saga formará parte del público fiel con el que hasta ese momento han contado tanto los libros como las películas. Estos usuarios, por lo tanto, tendrán formadas unas expectativas, probablemente muy altas, en torno al producto. En ningún caso aceptarían, por ejemplo, cambios en los nombres de

los personajes, objetos, etc. De este modo, ante un trabajo de estas características, el localizador deberá realizar previamente un buen trabajo de documentación, con objeto de conocer no sólo la terminología, sino de ser capaz también de captar el estilo en el que se ha traducido, ya sea el libro o la película, y poder emplearlo en su traducción del videojuego.

Siguiendo las propuestas de clasificación que presentábamos anteriormente, podemos concluir que el videojuego objeto de estudio del presente análisis se enmarca dentro del género de aventura, la plataforma para la que ha sido diseñado es PC, y, de acuerdo con el sistema PEGI de clasificación, se trata de un videojuego para todos los públicos.

Por lo tanto, si ya cualquier trabajo de localización implica enfrentarse a una serie de restricciones inexistentes en otro tipo de traducciones, cuando se localiza un videojuego creado a partir de otro producto, que además debe ser adecuado para un público infantil, éstas son todavía mayores.

Comentábamos antes que la localización de un videojuego requiere de grandes dotes de creatividad por parte del localizador. En un caso como el que planteamos en el presente trabajo, esa creatividad se verá condicionada, al igual que en cualquier tipo de localización, por restricciones de espacio y por el tipo de público al que va dirigido, pero también por las soluciones adoptadas por los traductores del producto del que surge el videojuego. Nos encontramos, pues, ante un ejemplo de localización que aúna tanto características de la traducción audiovisual como características de la traducción literaria infantil y juvenil.



Para nuestro análisis nos centraremos en el juego *Harry Potter y la Piedra Filosofal* para PC, por tratarse de la plataforma que más facilidades nos ofrece a la hora de analizar los diferentes aspectos. Consideramos, además, que para nuestro objeto de estudio será suficiente con analizar un solo ejemplar de toda la saga, puesto que con éste podremos observar las diferencias o similitudes entre las soluciones adoptadas por la traductora del libro, en este caso Alicia Dellepiane, y por los localizadores del videojuego.

Además, para el análisis del videojuego en el que se basa el presente trabajo, que incluye un CD con la ROM del propio juego y un manual de usuario, nos centraremos tan sólo en los aspectos lingüísticos, extralingüísticos y culturales del esquema presentado en el capítulo anterior, por considerar que son los más interesantes desde un punto de vista traductológico.

Pretendemos por lo tanto, analizar una rama muy concreta de la traducción que, a día de hoy, casi no ha sido investigada dentro del ámbito académico de la traducción: la localización de videojuegos.

Siguiendo la clasificación de tipos de textos presentes en un videojuego que proponíamos en el capítulo anterior ofrecemos una serie de ejemplos prácticos extraídos del videojuego *Harry Potter y la Piedra Filosofal*. En el videojuego hemos podido distinguir todos esos tipos de textos, mientras que el libro está compuesto, lógicamente, por textos de carácter narrativo y descriptivo.

### a) Textos narrativos y descriptivos

Debido a su carácter literario, este es el único tipo de texto que aparece en el libro.

Nearly ten years had passed since the Dursleys had woken up to find their nephew on the front step, but Privet Drive had hardly changed at all (Rowling 1997: 19).

Habían pasado aproximadamente diez años desde el día en que los Dursley se despertaron y encontraron a su sobrino en la puerta de entrada, pero Privet Drive no había cambiado en absoluto (Rowling 1999: 23).

Mr. Dursley was the director of a firm called Grunnings, which made drills. He was a big, beefy man with hardly any neck, although he did have a very large mustache. Mrs. Dursley was thin and blonde and had nearly twice the usual amount of neck, which came in very useful as she spent so much of her time craning over garden fences, spying on the neighbors. (...)(Rowling 1997:7).

El señor Dursley era el director de una empresa llamada Grunnings, que fabricaba taladros. Era un hombre corpulento y rollizo, casi sin cuello, aunque con un bigote inmenso. La señora Dursley era delgada, rubia y tenía un cuello casi el doble de largo de lo habitual, lo que le resultaba muy útil, ya que pasaba la mayor parte del tiempo estirándolo por encima de la valla de los jardines para espiar a sus vecinos. (...) (Rowling 1999: 9)

En el videojuego de *Harry Potter y la Piedra Filosofal*, este tipo de textos aparecen tanto subtitrados como narrados por una voz en off. En el guión extraído del juego, estos textos vienen indicados con la palabra “StoryBook”.

#### Ejemplo:

StoryBook1: No había nada en el cielo estrellado esa noche que hiciera sospechar las cosas extrañas y misteriosas que irían a suceder pronto.

StoryBook2: Mientras los confiados muggles dormían, una enorme moto con un gigante montado aterrizó en la oscuridad.

storybooknew13: Harry se probó la capa mientras que Ron y Hermione le ayudaban a prepararse para subir a la torre.

Los textos descriptivos también están presentes en el manual de instrucciones, en el cual se dedica un apartado a la descripción de los personajes.

Ejemplo:

“Rubeus Hagrid: Rubeus Hagrid es el guardián de las llaves y terrenos de Hogwarts. Este hombre gigante con alma bondadosa y don especial para las criaturas mágicas se convierte en uno de los buenos amigos de Harry. Por supuesto Hagrid cuenta con mucha información sobre el colegio y su historia.”

### b) Textos técnicos

Los encontramos en el manual de instrucciones y su función es la de indicar los requisitos que debe reunir el sistema operativo para el correcto funcionamiento del juego. Ejemplo:

- Windows ® 95, 98, 2000, ME o XP (pág. 21)
- Procesador Intel ® Pentium ® II a 266 MHz o más rápido ( o equivalente) (pág. 21)
- 32 MB de RAM (64MB para Windows 2000/128MB para Windows XP) (pág. 21)
- Lector CD ROM/DVD 4x (600K/Segundo de tasa de transferencia) con controlador para el CD-ROM/DVD de 32 bits de Windows(pág. 21)
- Aceleradora gráfica ·D PCI o AGP de 4 MB con chipset compatible con DirectX 8.0 (pág. 21)
- 500 MB de espacio libre en el disco duro más espacio para las partidas guardadas (se requiere espacio adicional para la instalación de DirectX™ 8.0) (pág. 21)

### c) Textos didácticos

Teniendo en cuenta el público al que va dirigido este videojuego, no es extraño que éste presente gran abundancia de textos didácticos, tanto en el propio juego como en el manual de instrucciones. Su misión es casi siempre la de mostrar al usuario cómo utilizar algún hechizo o llevar a cabo alguna acción (saltar, etc.).

Este tipo de textos aparecen, por un lado, insertos en los diálogos (tanto doblados como subtítulos), en forma de instrucciones que dan los profesores, que serán los encargados de instruir al personaje de Harry, o también como consejo de algún compañero. Ejemplo:

FLITWICK016: Lanza Wingardium Leviosa sobre esa estatua y luego muévela hasta esa placa grande.

hermionelesson45: Este es el símbolo para Alohomora. Cuando pare, mantén pulsado el botón del ratón y repite el mismo patrón, luego suelta el botón.

Y, por otro lado, en forma de subtítulos, como ayuda extra del videojuego. Ejemplo:

ingamehelp01: Para saltar Pulsa la tecla CONTROL o el BOTÓN DERECHO DEL RATÓN

ingamehelp05: Pulsa la BARRA ESPACIADORA para tirar un Petardo Mágico

ingamehelp19: Pulsa Z para RALENTIZAR

Con respecto al manual de instrucciones, observamos una alta presencia de textos didácticos en secciones como “Aprender y lanzar hechizos”, “Prácticas con la escoba y Quidditch”, “Guardar y cargar”, cuya función es la de reforzar las explicaciones presentes en el videojuego.

#### d) Textos legales

Este tipo de textos, que hacen referencia a los avisos de copyright, y a las condiciones de garantía, los encontramos en la caja, en el manual de instrucciones y al inicio del videojuego. Ejemplo:

En el juego: © 2001 Electronic Arts Inc. Todos los derechos reservados.

En la caja: “2001 Electronic Arts Inc. Electronic Arts, EA Games y el logotipo de EA GAMES son marcas registradas o marcas registradas comerciales de Electronic Arts INC en EE.UU y/u otros países. Todos los derechos reservados. EA GAMES™ es una marca de Electronic Arts™.”

En el manual de instrucciones: “La copia de software es un delito establecido en los artículos 270 y siguientes del Código Penal.”

#### e) Textos periodísticos o publicitarios

Este tipo de textos los encontramos en el reverso de la caja del videojuego. Se trata de descripciones que, de forma concisa, intentan ofrecer una descripción del videojuego para que los posibles compradores sepan en qué va a consistir el juego. Ejemplo:

“Sé Harry Potter en Harry Potter y la Piedra Filosofal”

“Descubre todos los secretos de Hogwarts mientras aprendes a volar en escoba”.

## 5.1. Aspectos lingüísticos

### 5.1.1. Interjecciones.

Siguiendo la clasificación de interjecciones propuesta por Alcaide (1996: 273-327) observamos una alta frecuencia de todos los tipos en el libro:

a) Interjecciones expresivas: la función de estas interjecciones en el libro es la de indicar los estados de ánimo de los personajes o sus actitudes hacia lo que los rodea. Dentro de esta categoría observamos en el libro la presencia de tres de los tipos enunciados por Alcaide (1996).

- Emotivas: expresan los sentimientos de los hablantes (alegría, resignación, dolor...)

"Oh, bravo! Yes, indeed, oh, very good. Well, well, well... how curious... how very curious..." (Rowling 1997: 65)      ¡Oh, bravo! Oh, sí, oh, muy bien. Bien, bien, bien... Qué curioso... Realmente qué curioso... (Rowling 1999: 77)

"Oh, Neville," he heard the old woman sigh (Rowling 1997: 71).      —Oh, Neville —oyó que suspiraba la anciana. (Rowling 1999:83)

"Ouch!" Harry clapped a hand to his head (Rowling 1999: 94).      ¡Ay! —Harry se llevó una mano a la cabeza. (Rowling 1999: 109)

- Valorativas: expresan una actitud del hablante hacia lo dicho anteriormente.

"Well, no one really knows until they get there, do they, but I know I'll be in Slytherin, all our family have been -- imagine being in Hufflepuff, I think I'd leave, wouldn't you?" "Mmm," said Harry, wishing he could say something a bit more interesting (Rowling 1997:60)      —Bueno, nadie lo sabrá realmente hasta que lleguemos allí, pero yo sé que seré de Slytherin, porque toda mi familia fue de allí. ¿Te imaginas estar en Hufflepuff? Yo creo que me iría, ¿no te parece?—Mmm —contestó Harry, deseando poder decir algo más interesante.( Rowling 1999: 71)

"Er -- okay," said Harry (Rowling 1997: 70)

**Hum...** De acuerdo —dijo Harry (Rowling 1999: 82).

- **Optativas:** se trata de interjecciones que conllevan un doble valor modal.

"Good Lord," said the barman, peering at Harry, **Buen Dios** —dijo el cantinero, mirando

"is this -- can this be --?" (Rowling 1997: 54)

atentamente a Harry—. ¿Es éste... puede ser...?

(Rowling 1999: 64)

"Bless my soul," whispered the old barman,  
"Harry Potter... what an honor." (Rowling 1997: 54)

**Válgame Dios** —susurró el cantinero—. Harry Potter... todo un honor. (Rowling 1999: 64)

e) **Interjecciones apelativas:** interjecciones que esconden valores, que van desde lo exhortativo hasta la advertencia.

"Budge up there, move along." (Rowling 1997: 137)

**Venga,** dejadme sitio. (Rowling 1999: 157)

"**Come on,** Hermione," Ron muttered desperately (Rowling 1997: 140).

**Vamos,** Hermione —murmuraba desesperado Ron. (Rowling 1999: 160)

"**Hey,** Potter, come down!" (Rowling 1997: 123)

¡**Eh,** Potter, baja! (Rowling 1999: 142)

En el videojuego, por el contrario, la presencia de interjecciones no es tan frecuente. Dentro de las interjecciones expresivas, encontramos tan sólo dos de los cuatro tipos propuestos por Alcaide (1996: 273-327):

- **Emotivas:**

harry167: ¡**Oh no!** ¡Es el Barón Sanguinario!

- Valorativas:

filchsneak4: ¡Señora Norris! Juraría que he oído pasos por aquí, pero... **bah**. Vamos a mirar en la biblioteca, querida.

124Hagrid10: **Hmm**, creo que será mejor que le dé pronto su primera comida a Norberto.

Las interjecciones apelativas, por el contrario, aparecen con bastante frecuencia en el videojuego, debido al carácter interactivo que caracteriza a este producto (interacciones entre el usuario y los personajes de la historia).

RON002: **Venga**, Harry, vamos a echar un vistazo antes de que vuelva Filch.

RON010: ¡Eso debe significar que hoy es la noche! **¡Vamos!**

StoryBook54: Podrías ser genial, todo está aquí, en tu cabeza y Slytherin te ayudará a alcanzar la gloria. **¿No?**

124Hagrid1: Bienvenido a mi casa, Harry. Es pequeña, pero es más amplia que tu alacena bajo las escaleras, **¿eh?**

### 5.1.2. Onomatopeyas.

En el libro observamos una gran presencia de onomatopeyas para indicar al lector los diferentes sonidos que aparecen en la historia. Como indicaba Castro (1999), todas ellas varían de una lengua a otra, por lo que en la versión española han tenido que ser adaptadas de acuerdo con la forma de percibir los sonidos de nuestra cultura.

**BOOM.** They knocked again. Dudley jerked awake. "Where's the cannon?" he said stupidly (Rowling 1997: 39).

**Tap.** Tap. Tap. (Rowling 1997: 49)

A pale young man made his way forward, very nervously. One of his eyes was **twitching** (Rowling 1997: 55).

**WHAM** -- a thud and a nasty crack and Neville lay facedown on the grass in a heap. His broomstick was still rising higher and higher, and started to drift lazily toward the forbidden forest and out of sight (Rowling 1997: 109).

**BUM.** LLamaron otra vez. Dudley se despertó bruscamente (Rowling 1999: 46).

**Toc.** Toc. Toc. (Rowling 1999: 58)

Un joven pálido se adelantó, muy nervioso. Tenía un **tic** en el ojo (Rowling 1999: 65).

**BUM...** Un ruido horrible y Neville quedó tirado en la hierba. Su escoba seguía subiendo, cada vez más alto, hasta que comenzó a torcer hacia el bosque prohibido y desapareció de la vista (Rowling 1999: 126).



**WHAM!** A roar of rage echoed from the Gryffindors below -- Marcus Flint had blocked Harry on purpose, and Harry's broom spun off course, Harry holding on for dear life (Rowling 1997: 138).

**¡PUM!** Un rugido de furia resonó desde los Gryffindors de las tribunas... Marcus Flint había cerrado el paso de Harry, para desviarle la dirección de la escoba, y éste se aferraba para no caer (Rowling 1999: 158).

And Harry let go. Cold, damp air rushed past him as he fell down, down, down and -- **FLUMP**. With a funny, muffled sort of thump he landed on something soft. He sat up and felt around, his eyes not used to the gloom. It felt as though he was sitting on some sort of plant (Rowling 1997: 201).

Y Harry se dejó caer. Frío, aire húmedo mientras caía, caía, caía y.. **¡PAF!** Aterrizó en algo mullido, con un ruido suave y extraño. Se incorporó y miró alrededor, con ojos desacostumbrados a la penumbra. Parecía que estaba sentado sobre una especie de planta (Rowling 1999: 228).

A diferencia del libro, el videojuego, dado que ha sido doblado, no presenta muchas onomatopeyas transcritas, sino que los diferentes sonidos se van insertando mediante efectos de sonido especiales. Entre las onomatopeyas que hemos encontrado destacan las siguientes:

**¡Buah!**- Malfoy la utiliza de manera sarcástica, dirigiéndose a Harry mientras imita el llanto de un bebé.

MalfoyBlocker4: ¡Oh, **buahh!** ¡Potter no puede salir del castillo!

**Clic:**

ingamehelp08: Pulsa ESC y luego **clic** en FOLIO MAGI

### 5.1.3. Traducción de los sintagmas nominales complejos ingleses.

El libro utiliza continuamente largos sintagmas nominales para referirse a Lord Voldemort. Así, tanto en la versión inglesa como en la española encontramos ejemplos como los siguientes:

You-Know-What (Rowling 1997: 57)

lo-que-usted-sabe (Rowling 1999:68)

You-Know-Who (Rowling 1997: 10)

*Quien-usted-sabe* (Rowling 1999:12)

He Who Must Not Be Named (Rowling 1997: 65)

El-que-no-debe-ser-nombrado (Rowling 1999:77)

Sin embargo, en el videojuego esta forma de denominar a Lord Voldemort no está presente, suponemos que debido a que los usuarios ya están familiarizados con la novela, por lo que la historia se desarrolla de una forma mucho más directa. Tan sólo encontramos un sintagma nominal de este tipo en la caja del videojuego, dentro de un texto que resume brevemente los objetivos del juego.

Ej: “Prepárate junto a tus amigos Hermione y Ron para enfrentarte a **Quien-tú-sabes**.”

#### 5.1.4. Adjetivos.

El carácter descriptivo del libro hace que en él abunden los adjetivos, mientras que en el videojuego, debido a su naturaleza audiovisual, las descripciones no son tan necesarias, ni los adjetivos tan numerosos, dado que el usuario no necesita imaginarse el entorno en el que se desarrolla la historia.

(...)Mrs. Dursley was **thin** and **blonde** and had nearly twice the usual amount of neck,(...) (Rowling 1997: 7)

(...) La señora Dursley era **delgada**, **rubia** y tenía un cuello casi el doble de largo de lo habitual (...) (Rowling 1999: 9)

Nothing like this man had ever been seen on Privet Drive. He was **tall**, **thin**, and very **old**, judging by the silver of his hair and beard, which were both **long** enough to tuck into his belt. He was wearing **long** robes, a **purple** cloak that swept the ground, and **high-heeled**, **buckled** boots. His **blue** eyes were **light**, **bright**, and **sparkling** behind half-moon spectacles and his nose was very **long** and **crooked**, as though it had been broken at least twice. This man's name was Albus Dumbledore (Rowling 1997: 12).

En Privet Drive nunca se había visto un hombre así. Era **alto**, **delgado** y muy **anciano**, a juzgar por su pelo y barba plateados, tan **largos** que podría sujetarlos con el cinturón. Llevaba una túnica **larga**, una capa color **púrpura** que barría el suelo y botas con tacón alto y hebillas. Sus ojos **azules** eran **claros**, **brillantes** y centelleaban detrás de unas gafas de cristales de media luna. Tenía una nariz muy **larga** y **torcida**, como si se la hubiera fracturado alguna vez. El nombre de aquel hombre era Albus Dumbledore (Rowling 1999:15).

(...)Dudley looked a lot like Uncle Vernon. He had a **large pink** face, not much neck, **small, watery blue** eyes, and **thick blond** hair that lay smoothly on his **thick, fat** head (Rowling 1997: 21).

(... )Dudley se parecía mucho a tío Vernon. Tenía una cara **grande y rosada**, poco cuello, ojos **pequeños** de un tono **azul acuoso**, y abundante pelo **rubio** que cubría su cabeza **gorda** (Rowling 1999: 25).

#### 5.1.5. Signos de puntuación.

En el videojuego, al igual que en el libro, abundan los signos de puntuación, sobre todo los de interrogación y exclamación, debido al carácter conversacional que presentan la historia en ambos géneros. Algunos de los ejemplos que encontramos son los siguientes:

- Como parte de los diálogos:

studentboynew19: ¿Conoces a Hagrid? Es tan grande que apenas alcanzo a verle la cabeza.

nevillehall10: ¡Oh, casi me olvido! ¡Cuidado con Draco Malfoy! Lo vi fisgando por aquí hace un momento.

- En los partidos de quidditch:

127LeeJordan15: ¡Y allí van!

127LeeJordan14: ¡Vamos a jugar al Quidditch!

127Commentary101: ¡Aquí llega el buscador de Slytherin!

127Commentary98: ¡Aquí llega el buscador de Gryffindor!

127commentary17: ¡El guardián baja en picado y falla!

- Como desafío para que el usuario tenga un objetivo en un determinado escenario del juego:

HERMIONE019: ¡Eso es! Ahora... ¿puedes encontrar los dos secretos de esta sala?

HAG016: Harry, ¿puedes buscarme unas Semillas de Fuego? Las planto en cuevas, fuera en el jardín.

- Para animar al usuario en las diferentes pruebas:

FREDGEORGE014: ¡Le estás pillando el tranquillo!

SPROUT074: Enhorabuena, Potter. ¡Has completado el desafío!

hagridseeds8: ¡Estupendo trabajo, Harry! Has recogido todas las Semillas de Fuego que necesito.

### 5.1.6. Mayúsculas.

Como ya indicamos anteriormente, las mayúsculas se utilizan para reproducir el aumento del volumen de la voz. En el libro encontramos un uso frecuente de este recurso, utilizado para indicar al lector el estado de ánimo de los protagonistas.

**I WANT MY LETTER!**" he shouted (Rowling 1997: 31). **¡QUIERO MI CARTA!** —gritó (Rowling 1999:38).

**SILENCE!** yelled Uncle Vernon, and a couple of spiders fell from the ceiling (Rowling 1997: 32).

**¡SILENCIO!** —gritó el tío Vernon, y unas arañas cayeron del techo (Rowling 1999:38).

**"CAR CRASH!"** roared Hagrid, jumping up so angrily that the Dursleys scuttled back to their corner (Rowling 1997: 44).

**¿ACCIDENTE DE COCHE?** —rugió Hagrid dando un salto, tan enfadado que los Dursley volvieron al rincón— (Rowling 1999:52).

En el videojuego, por el contrario, no es tan utilizado, ya que al pasar por un proceso de doblaje, son los propios actores los que se encargan de poner ese énfasis al tono de voz de los personajes. Tan sólo encontramos mayúsculas en los diálogos de los comentaristas de los partidos de Quidditch, como recurso para enfatizar la euforia del momento.

127commentary14: **¡RAVENCLAW MARCA!**

127commentary15: **¡HUFFLEPUFF MARCA!**

También se utiliza al inicio del videojuego, cuando Harry Potter es elegido para una de las casa de Hogwarts. En este caso se trata de un momento de tensión, que se rompe al hacer público el veredicto final del sombrero seleccionador.

StoryBook49: ¡**GRYFFINDOR!**

#### 5.1.7. Repetición de letras.

Tanto en el libro como en el videojuego se recurre a la repetición de letras, ya sea como indicador de enfado por parte de un personaje o en los diálogos del profesor Quirrell, que es tartamudo. En ambos casos se pone el énfasis en la letra que da lugar al sonido que se repite.

"**P-P-Potter**," stammered Professor Quirrell, grasping Harry's hand, **c-can't t-tell** you how **p-pleased** I am to meet you." (Rowling 1997: 55)

**P-P-Potter** —tartamudeó el profesor Quirrell, apretando la mano de Harry—. **Nno pue-e-do** decirte **I-lo** contento que **e** estoy de co-conocerle (Rowling 1999: 65).

Videojuego:

QUIRRELL024: Hoy **aa**aprenderemos a iluminar la Magia **O**oscura con el hechizo Lumos.

QUIRRELL039: Eso es muy **oo**currente, ¿verdad? Ahora podrás **cc**cruzar el abismo y **rr**ecoger tus Estrellas del Desafío. Te veré al final.

BlankVoldermort2: ¡Poterrrrrrr!

BlankVoldermort4: ¡Muereeee Potterrrrrrr!

#### 5.1.8. Abreviaturas.

La presencia de abreviaturas en el videojuego es prácticamente inexistente. Sólo encontramos dos ejemplos de abreviaturas, muy usadas en español, en dos de los subtítulos de los diálogos. Estas abreviaturas son las

correspondientes a “señor” y “señora”, pero, en el caso de la primera, observamos que ésta se ha escrito de manera incorrecta<sup>11</sup>, dado que no cuenta con el punto que debería acompañarla.

135Extra7: Con esas habilidades sobre la escoba, deberías pasarte a ver al portero, el **Sr** Filch.

filchsneak5: ¡Aja! ¡Esta vez te he oído de verdad! Rápido, **Sra.** Norris, ¡vigila desde arriba!

### 5.1.9. Aliteración.

La aliteración es una figura retórica que consiste en la repetición de un sonido a lo largo de una misma frase. J.K. Rowling ha recurrido constantemente a esta figura a lo largo del libro, con el fin de dar sonoridad al texto, sin embargo, esta característica no se ha visto reflejada, con frecuencia, en la versión traducida al español.

La versión en español del videojuego, mostrando así una coherencia con las soluciones adoptadas por el libro traducido, también se muestra bastante alejada del original en inglés. Algunos de estos ejemplos son:

LIBRO INGLÉS	LIBRO ESPAÑOL	VIDEOJUEGO
Severus Snape	Severus Snape	Severus Snape
Salazar Slytherin	Salazar Slytherin	Salazar Slytherin
Bloody Baron	Barón Sanguinario	Barón Sanguinario

<sup>11</sup> Se escribe siempre punto detrás de las abreviaturas, salvo en el caso de aquellas en las que el punto se sustituye por una barra (Diccionario Panhispánico de dudas 2005).

#### 5.1.10. Anagramas.

Se denomina anagrama a la palabra que resulta de la transposición o reordenación de las palabras de otra. Obviamente, cuando trabajamos con lenguas distintas, será necesario modificar los anagramas, para que de su reordenación se obtenga una palabra existente en la lengua meta, como veremos en el siguiente ejemplo.

En la primera entrega de la saga Harry Potter encontramos un anagrama de gran relevancia para la historia. Se trata del nombre de un espejo, Espejo de Oesed, que tiene la capacidad de mostrar sus deseos a quienes se miran en él. Como curiosidad, cabe destacar que, en un primer momento, la traductora del primer libro no cayó en la cuenta de que se trataba de un anagrama, por lo que lo mantuvo igual que en el original. Aunque, en ediciones posteriores este error fue subsanado, nosotros lo incluimos, ya que para el presente análisis hemos trabajado con la octava edición del libro, en la que dicho error todavía estaba presente.

LIBRO INGLÉS	LIBRO ESPAÑOL	VIDEOJUEGO
Erised	Erised	Oesed

"Let me explain. The happiest man on earth would be able to use the Mirror of **Erised** like a normal mirror, that is, he would look into it and see himself exactly as he is. Does that help?" (Rowling 1997: 156)

Déjame explicarte. El hombre más feliz de la tierra puede utilizar el espejo de **Erised** como un espejo normal, es decir, se mirará y se verá exactamente como es. ¿Eso te ayuda? (Rowling 1999: 178)

En el videojuego encontramos:

StoryBook9: Reflejados en el Espejo de **Oesed** estaban los padres de Harry, James y Lily Potter.

En el libro, además, nos revelan la inscripción grabada en el espejo, también escrita en forma de anagrama, aunque en el videojuego éste no aparece.

**Erised** stra ehru oyt ube cafru oyt on wohsi (Rowling 1997: 152)      **Erised** stra ehru oyt ube cafru oyt on wohsi (Rowling 1999: 174)

Como se puede observar, la frase es la misma tanto en la versión inglesa como en la española. Si la leemos de derecha a izquierda obtenemos “I show not your face but your heart's *desire*”. Al igual que en el caso anterior, este anagrama tampoco fue adaptado al español en las primeras ediciones del libro, aunque más tarde sí fue modificado insertando un nuevo anagrama en español a partir del cual se obtiene la frase “Esto no es tu cara sino de tu corazón el deseo”.

**Erised** stra ehru oyt ube cafru oyt on wohsi (Rowling 1997: 152)      **Oesed** lenoz aro cut edon isara cut se onotse (Rowling 1999: 174)

#### 5.1.11. Diferencias en cuanto al género de algún sustantivo.

Nos ha llamado la atención una discordancia de género de uno de los nombres más relevantes de toda la trama. Mientras que el libro y el videojuego otorgan el género femenino a la *snitch*, la película la presenta en su forma masculina.

LIBRO ESPAÑOL	PELÍCULA	VIDEOJUEGO
la snitch	el snitch	la snitch



**Libro:** "This," said Wood, "is the **Golden Snitch**, and it's the most important ball of the lot." (Rowling 1997:125) > —Esta dorada —continuó Wood— es **la snitch**. (Rowling 1999:143)

**Película:** Percy: - Pero tú eres buscador. La única pelota que te debe preocupar es ésta: **el snitch dorado**.

**Videojuego:** objective17: Como buscador de Gryffindor, atrapa **la snitch dorada** y ayuda a vencer al equipo de Slytherin.

### 5.1.12. Registro y estilo.

Al tratarse de un videojuego apto para todos los públicos no es de extrañar que prime un lenguaje sencillo y directo, con abundante uso de imperativos, sobre todo en las instrucciones que se le van dando al usuario.

SPROUT067: Buen trabajo. Ahora **recoge** las Estrellas del Desafío para completar tu lección. ¡Vete ya!

findwizardtext2: **Encuentra** 2 Cromos de Magos secretos

findsecrettext08: **Encuentra** 8 zonas secretas

catchsnitchtext02: ¡**Pulsa** la tecla SALTAR para atrapar la Snitch!

En lo que respecta a la relación profesor- alumno, observamos en el libro que los profesores se dirigen a los alumnos por sus apellidos, lo que difiere de la práctica habitual en la cultura española, donde lo común es que lo hagan por su nombre de pila.

"Potter, did she say?" (Rowling 1997:90)

¿Ha dicho Potter? (Rowling 1999: 105)

"**Potter!**" said Snape suddenly. "What would I get if I added powdered root of asphodel to an infusion of wormwood?" (Rowling 1997: 102)

¡**Potter!** —dijo de pronto Snape—. ¿Qué obtendré si añado polvo de raíces de asfódelo a una infusión de ajenjo? (Rowling 1999: 118)

En el videojuego, al igual que en el libro, los profesores también se dirigen a Harry por su apellido.

DUMBLEDORE02: Tu primera lección es arriba en el tercer piso, **Potter**. ¡Vamos!

FLITWICK014: Ahora podréis entrar en el Desafío Wingardium Leviosa para practicar el hechizo. Sígueme, **Potter**.

113MadameHoochHarryReturns3: Vale, ¿listo, **Potter**? ¡Adelante!

En lo que respecta a los personajes, éstos han sido caracterizados en concordancia con el libro. Así, vemos que los gemelos Weasley son personajes traviesos, que durante el videojuego intentan reunir grageas para gastar una broma al profesor Snape, o Hermione es la estudiosa que siempre da pistas para ayudar a resolver un problema.

El siguiente ejemplo muestra muy bien la similitud entre el texto de ambos géneros, aunque, debido a restricciones de espacio, el del videojuego es ligeramente más corto, se logra mantener la esencia original presente en el libro.

"Stop moving!" Hermione ordered them. "**I know what this is -- it's Devil's Snare!**" (Rowling 1997: 201-201)      ¡Dejad de moveros! —ordenó Hermione—. **Sé lo que es esto. ¡Es Lazo del Diablo!** (Rowling 1999: 228)

Videojuego: 145HermRonDS3: **¡Sé lo que es! ¡Es el Lazo del Diablo!**

Comprobamos, pues, la tendencia a incluir líneas de diálogos del libro o la película a la que hacía referencia Bernal-Merino (2009:239). Como se puede observar en el ejemplo, de esta forma se consigue obtener un estilo bastante parecido al del producto original.

## 5.2. Aspectos culturales

La saga Harry Potter está ambientada en un contexto británico, lleno de referencias culturales, que Rowling no quería que se perdiesen en las versiones traducidas. De hecho cuando sus libros han sido llevados al cine, la única condición<sup>12</sup> que estableció la autora fue que los actores fuesen ingleses, con el fin de que se plasmase lo más fielmente posible la ambientación que ella había creado.

Cuando se localiza un videojuego perteneciente a una saga, ya sea de libros o de películas, hay ciertas premisas establecidas que se deberán respetar. A continuación analizamos, siguiendo el esquema propuesto en el capítulo anterior, el tratamiento que se ha dado a algunos de los principales aspectos culturales en el videojuego, comparándolos con las versiones ofrecidas en el libro traducido.

### 5.2.1. Nombres propios

Tanto el libro como el videojuego de *Harry Potter y la Piedra Filosofal* contienen gran abundancia de nombres propios. A continuación, presentamos una lista de todas las categorías que hemos podido encontrar. Como se puede observar, entre las estrategias de traducción citadas por Franco (1996:111) prima, sin lugar a dudas, la traducción lingüística.

---

<sup>12</sup> [http://www.iofilm.co.uk/feats/filmmaking/harry\\_potter.shtml](http://www.iofilm.co.uk/feats/filmmaking/harry_potter.shtml)

#### 5.2.1.1. Antropónimos.

El número de nombres propios de personas presente en el libro es de 87. La mayoría de ellos son personajes secundarios, o algunos incluso son simplemente citados y no llegan a desempeñar ningún tipo de papel en la historia. En el videojuego, sin embargo, el número antropónimos es bastante menor, puesto que tan sólo aparecen o son nombrados aquellos personajes cuyo peso para la historia es relevante.

Dada la repercusión que han tenido tanto el libro como la película, correspondientes a la primera entrega de las historias del joven mago, era de esperar que la mayoría de los antropónimos se mantuviesen igual que en la versión española del libro. De hecho, los derechos de la saga Harry Potter han sido comprados por la productora *Warner Bros* y así viene indicado en la caja del videojuego:

*Harry Potter characters, names and related indicia are trademarks of and © Warner Bros. Ent. All Rights Reserved.*

Tras analizar los nombres que están presentes tanto en los libros como en el videojuego y consultar las aportaciones de González y Veiga (2003) y Valero (2003), decidimos clasificarlos en dos grupos: nombres sin significado y nombres con significado.

- a) Nombres con significado: aunamos en este grupo los nombres que, originalmente, llevan implícita alguna información sobre el personaje (su carácter, profesión, etc.). En la traducción, sin embargo, al haberse optado siempre por una traducción literal, este tipo de nombres han perdido su esencia inicial. Algunos de estos ejemplos son:

LIBRO INGLÉS	LIBRO ESPAÑOL	VIDEOJUEGO
Albus Dumbledore	Albus Dumbledore	Albus Dumbledore

El nombre *Albus* significa “blanco” en latín y el apellido podría provenir, según algunos autores, de “dumb” (mudo en inglés) y d’or (dorado en francés). Sin embargo, de acuerdo con las declaraciones<sup>13</sup> de Rowling, el apellido del director del colegio proviene de la palabra “bumblebee”, en inglés antiguo, cuyo significado en español es “abejorro”. La autora eligió este nombre con objeto de establecer una relación entre la pasión por la música del personaje y el sonido constante que emiten dichos animales, como si estuviesen tarareando una canción.

En las dos versiones en español este nombre se ha mantenido igual que en el original, por lo que la intención original de otorgarle significado desaparece. No obstante, tampoco queda claro si los lectores o usuarios anglosajones serían capaces de establecer la relación entre el apellido y la palabra a partir de la cual ha sido creado.

**Albus Dumbledore** didn't seem to realize that he had just arrived in a street where everything from his name to his boots was unwelcome (Rowling 1997: 12).

**Albus Dumbledore** no parecía darse cuenta de que había llegado a una calle en donde todo lo suyo, desde su nombre hasta sus botas, era mal recibido (Rowling 1999:15).

**Videojuego:** 111DumbledoreInfo1: Bienvenidos al Colegio Hogwarts de Magia y Hechicería. Soy **Albus Dumbledore**, vuestro Director.

<sup>13</sup> <http://www.accio-quote.org/articles/1999/0399-barnesandnoble.html>

LIBRO INGLÉS	LIBRO ESPAÑOL	VIDEOJUEGO
Madam Pomfrey	señora Pomfrey	señora Pomfrey

Aunque ni en la primera entrega del libro ni en la del videojuego se nos revela el nombre de pila de la señora Pomfrey sabemos, tras haber leído el resto de la saga, que éste es Poppy, palabra cuyo significado en español es “amapola”. Así, en este caso el nombre hace referencia a la profesión del personaje, estableciendo la relación entre el trabajo de enfermera que desempeña este personaje y la planta opiácea que puede ser calmante del dolor.

El apellido Pomfrey hace referencia a la ciudad de Pontefract en Inglaterra. En dicha ciudad se fabrican unos dulces conocidos como *Pomfret cakes* o *Pomfrey cakes*, cuyo ingrediente principal es el regaliz, planta que no sólo se usa en el ámbito de la confitería, sino que su raíz también tiene usos medicinales. En este caso, de nuevo, se vuelve a establecer una relación entre la profesión del personaje y su apellido.

En las versiones en español, el nombre de este personaje se ha mantenido igual que en la versión original, por lo que los lectores y usuarios meta se ven privados de la información adicional introducida por la autora.

There was a hitch. By the next morning, Ron's bitten hand had swollen to twice its usual size. He didn't know whether it was safe to go to **Madam Pomfrey** -- would she recognize a dragon bite? (Rowling 1997: 174)

Se encontraron con un obstáculo. A la mañana siguiente, la mano mordida de Ron se había inflamado y tenía dos veces su tamaño normal. No sabía si convenía ir a ver a la **señora Pomfrey** (Rowling 1999: 197).

**Videojuego:** StoryBook42: Harry se despertó en la Enfermería con la **señora Pomfrey** a su lado en la cama. Tuviste suerte, Potter, dijo muy seria. Pero me temo que vas a tener que quedarte una temporada.

LIBRO INGLÉS	LIBRO ESPAÑOL	VIDEOJUEGO
Professor Quirrell	profesor Quirrell	profesor Quirrell

Aunque no hayamos encontrado ninguna declaración de la autora sobre su motivación para otorgar este nombre a un personaje, podemos pensar que el apellido de este profesor derive de la palabra “squirrel”, cuyo significado en español es “ardilla”. Su carácter inquieto puede, en ocasiones, llevarnos a pensar que el personaje tiene un comportamiento parecido al de uno de esos animales.

En español no se percibe esa similitud fonética, por lo que, los lectores y usuarios se ven privados de información en las versiones meta.

"What sort of magic do you teach, **Professor Quirrell**?" (Rowling 1997: 55)      ¿Qué clase de magia enseña usted, **profesor Quirrell**? (Rowling 1999: 65)

El videojuego, con el fin de mantenerse fiel a la versión traducida de la novela, opta por mantener también el nombre propio igual que en el libro original, aún a riesgo de que se trate de una versión un tanto alejada de la intención inicial de la autora de la historia. No obstante, teniendo en cuenta que el usuario meta probablemente estará ya familiarizado con los personajes, un cambio de tal magnitud no sería aceptable.

**Videojuego:** objectivelevtut1: Asiste a la clase de Defensa Contra las Artes Oscuras con el **profesor Quirrell** en el tercer piso.

LIBRO INGLÉS	LIBRO ESPAÑOL	VIDEOJUEGO
Severus Snape	Severus Snape	Snape

*Severus* es una palabra latina cuyo significado es “severo”, adjetivo que encaja a la perfección con el carácter de este profesor. Por su parte, el apellido “Snape”, aunque podría recordarnos a la palabra “Snake”, por su parecido fonético, de acuerdo con declaraciones de la autora<sup>14</sup>, hace referencia a un pueblo de Inglaterra.

En este caso, dado que el nombre procede de una palabra latina, los lectores y usuarios españoles enseguida son capaces de reconocer su equivalente, “severo” en español, por lo que en este caso obtendrán información acerca del carácter del personaje, antes incluso de que este haya podido mostrar su personalidad.

I shall speak to Professor Dumbledore and see if we can't bend the first-year rule. Heaven knows, we need a better team than last year. Flattened in that last match by Slytherin, I couldn't look **Severus Snape** in the face for weeks..." (Rowling 1997: 113)

Hablaré con el profesor Dumbledore para ver si podemos suspender la regla del primer año. Los cielos saben que necesitamos un equipo mejor que el del año pasado. Fuimos aplastados por Slytherin en ese último partido. No pude mirar a la cara a **Severus Snape** en vanas semanas... (Rowling 1999: 129)

En el videojuego, probablemente debido a restricciones de espacio, se ha omitido el nombre de pila del profesor y siempre se hace referencia al personaje mediante su apellido.

**Videojuego:** snapenew7: Soy vuestro profesor de Pociones, el profesor **Snape**.

<sup>14</sup>[http://www.universharrypotter.com/pages/jkr/interviews/EToys\\_en.php?PHPSESSID=585d59fa8f83b54b6d7a8a03da211171](http://www.universharrypotter.com/pages/jkr/interviews/EToys_en.php?PHPSESSID=585d59fa8f83b54b6d7a8a03da211171)



LIBRO INGLÉS	LIBRO ESPAÑOL	VIDEOJUEGO
Professor McGonagall	profesora McGonagall	profesora McGonagall

A pesar de que en el videojuego no se indica, en los libros sí conocemos que el nombre de pila de esta profesora es Minerva, nombre que en la mitología romana se corresponde con la diosa de la sabiduría. En lo que respecta al apellido McGonagall, la autora<sup>15</sup> admite haberlo copiado, como parte de su afición por coleccionar nombres inusuales, del apellido del poeta escocés Sir William Topaz McGonagall.

En el caso de estos personajes, es posible que los lectores del texto original tampoco hayan sido capaces de entrever las referencias implícitas de los nombres, por lo que el hecho de mantenerlos igual en la versión meta tampoco influirá demasiado en la comprensión por parte de los lectores o usuarios españoles.

Dumbledore bowed his head. **Professor McGonagall** gasped (Rowling 1997: 14).

Dumbledore inclinó la cabeza. La **profesora McGonagall** se quedó boquiabierta (Rowling 1999: 18).

**Videojuego:** StoryBook21: Sin embargo, cuando Norberto fue liberado, Malfoy tendió su trampa. A Harry le pilló la **profesora McGonagall** y le castigó.

<sup>15</sup> <http://www.accio-quote.org/articles/1999/1099-connectiontransc2.htm#p3>

LIBRO INGLÉS	LIBRO ESPAÑOL	VIDEOJUEGO
Draco Malfoy	Draco Malfoy	Draco Malfoy

La palabra *Draco* proviene del latín, y significa “dragón”. Por otro lado, el apellido *Malfoy*, del francés “mal foi” significa “mala fe”<sup>16</sup>, por lo que este término invita a desconfiar de la familia que porta este nombre.

Al igual que sucede con los demás nombres que provienen del latín, para los lectores o usuarios españoles resulta más fácil establecer la relación entre la palabra y su equivalente en español. En lo que respecta al apellido, consideramos que debido a la relativa similitud del francés con el español, resulta más fácil para los usuarios meta entrever su significado que para los usuarios del texto original.

"Oh, this is Crabbe and this is Goyle," said the pale boy carelessly, noticing where Harry was looking. "And my name's Malfoy, **Draco Malfoy**." (Rowling 1997: 81)

Oh, éste es Crabbe y éste Goyle —dijo el muchacho pálido con despreocupación, al darse cuenta de que Harry los miraba—. Y mi nombre es Malfoy, **Draco Malfoy** (Rowling 1999: 94)

Una vez más, en la versión localizada al español del videojuego se mantiene la solución adoptada por la traductora del libro, por lo tanto, en este caso el nombre propio se mantiene igual que en la novela en inglés.

Videojuego: 112MalfoyInfo2: Soy **Draco Malfoy** ¡y será mejor que me respetes!

<sup>16</sup>, <sup>6</sup> <http://www.accio-quote.org/articles/1999/1099-connectiontransc2.htm#p12>

LIBRO INGLÉS	LIBRO ESPAÑOL	VIDEOJUEGO
Salazar Slytherin	Salazar Slytherin	Salazar Slytherin

El nombre Salazar coincide con el apellido del dictador portugués Antonio de Oliveira en el cual se inspiró posiblemente la autora, como consecuencia de su estancia en la ciudad de Porto (Portugal) como profesora de inglés. Sin embargo, aunque el nombre de pila del fundador de la casa Slytherin lo vemos en el videojuego en una de las cartas de magos, en los libros no es desvelado hasta la segunda entrega.

La información sobre el apellido Slytherin se proporciona en el apartado dedicado a topónimos y nombres de lugar (5.2.1.5. Topónimos y nombres de lugares).

Este ejemplo ilustra, por lo tanto, una de las características de la localización de videojuegos pertenecientes a una saga: la aparición de elementos pertenecientes a cualquiera de las otras entregas de la historia que hayan salido al mercado durante el tiempo transcurrido entre la venta del producto original y el desarrollo del videojuego. En este caso concreto, dado que el videojuego salió a la venta cuando ya se había escrito la segunda entrega del libro se permite que el videojuego incluya nueva información a la que ya han podido tener acceso los usuarios. Por lo tanto, en este caso un buen proceso de documentación por parte del localizador será fundamental.

**Videojuego:** wizardcardnew19: **Salazar Slytherin**. Mago Medieval, fechas desconocidas. Cofundador de Hogwarts. Una de las cuatro Casas de Hogwarts lleva su nombre.

LIBRO INGLÉS	LIBRO ESPAÑOL	VIDEOJUEGO
Lord Voldemort	lord Voldemort	Lord Voldemort

El apellido *Voldemort* podría haber surgido a partir de una combinación de términos franceses: “Vol” que significa “robo” y “mort” que significa “muerte”. Así, se haría referencia a la maldad que caracteriza al personaje y su deseo por robar la vida de Harry Potter, al igual que hizo con la de sus padres. Por lo tanto, este nombre tan sólo será reconocido por los lectores franceses, mientras que, en el caso del inglés y del español, simplemente ejerce una función designativa.

"Yes," said Quirrell idly, walking around the mirror to look at the back. "He was on to me by that time, trying to find out how far I'd got. He suspected me all along. Tried to frighten me - as though he could, when I had **Lord Voldemort** on my side...." (Rowling 1997: 210)

Sí —dijo Quirrell, sin darle importancia, paseando alrededor del espejo para ver la parte posterior—. Me estaba siguiendo, tratando de averiguar hasta dónde había llegado. Siempre había sospechado de mí. Trató de asustarme... Como si pudiera, cuando yo tengo a **lord Voldemort** de mi lado... (Rowling 1999: 238)

En el videojuego, de nuevo se mantiene la solución adoptada por la traductora del libro.

**Videojuego:** StoryBook30: La Piedra había sido destruida, pero Harry seguía temiendo que, por muy desaparecida que estuviese, no evitaría que **Lord Voldemort** regresase. Dumbledore asintió, compartiendo su preocupación.

LIBRO INGLÉS	LIBRO ESPAÑOL	VIDEOJUEGO
Professor Sprout	profesora Sprout	profesora Sprout

En este caso, el apellido del personaje desempeña una función referencial, estableciéndose una analogía entre el verbo “sprout”, cuyo significado en español sería “brotar” o “germinar” y la asignatura que imparte dicha profesora, Herbología.

En la versión en español de la novela, la profesora mantiene el mismo nombre que en el libro original, por lo que los lectores no angloparlantes no serán capaces de establecer dicha relación.

They had to study the night skies through their telescopes every Wednesday at midnight and learn the names of different stars and the movements of the planets. Three times a week they went out to the greenhouses behind the castle to study Herbology, with a dumpy little witch called **Professor Sprout**, where they learned how to take care of all the strange plants and fungi, and found out what they were used for. (Rowling 1997: 99)

Tenían que estudiar los cielos nocturnos con sus telescopios, cada miércoles a medianoche, y aprender los nombres de las diferentes estrellas y los movimientos de los planetas. Tres veces por semana iban a los invernaderos de detrás del castillo a estudiar Herbología, con una bruja pequeña y regordeta llamada **profesora Sprout**, y aprendían a cuidar de todas las plantas extrañas y hongos y a descubrir para qué debían utilizarlas. (Rowling 1999: 114)

En el videojuego, de nuevo se mantiene la solución adoptada por la traductora del libro, con la consecuente pérdida de información para los usuarios del juego en español.

Videojuego: SPROUT003: Bienvenida, clase. Soy la **profesora Sprout**. Hoy vamos a aprender el hechizo Incendio, muy útil contra todo tipo de plantas peligrosas.

LIBRO INGLÉS	LIBRO ESPAÑOL	VIDEOJUEGO
Argus Filch	Argus Filch	Argus Filch

En la mitología griega Argos Panoptes (nombre del cual deriva Argus) era un gigante con cien ojos que, según la leyenda, era un gran vigilante, dado que mientras algunos de sus ojos dormían, siempre mantenía otros abiertos. Por otro lado, “filch” es un verbo coloquial cuya traducción al español sería “birlar”.

Estos dos nombres se adaptan a la perfección al personaje Argus Filch, quien ejerce la profesión de celador del colegio y disfruta confiscando pertenencias de los alumnos.

Siguiendo la tónica de la versión en español de la novela, el nombre de este personaje se ha mantenido igual, por lo que una vez más los lectores meta carecen de información adicional.

Even worse than Peeves, if that was possible, was the caretaker, **Argus Filch**. (Rowling 1997: 99)      Pero aún peor que Peeves, si eso era posible, era el celador, **Argus Filch**. (Rowling 1999: 114)

Lo mismo ocurre con los usuarios del videojuego, aunque dada la relevancia del personaje durante el argumento del libro, no habría sido aconsejable ofrecer una nueva traducción del nombre.

Videojuego: 142FilchC6: Nadie pasa al lado de **Argus Filch** y se ríe de él.

LIBRO INGLÉS	LIBRO ESPAÑOL	VIDEOJUEGO
Ron Weasley	Ron Weasley	Ron Weasley

El nombre del amigo de Harry es un nombre sin significado pero habitual en la cultura anglosajona, sin embargo el apellido de su familia sí tiene algunas connotaciones en inglés que se pierden en la versión en español. La palabra *Weasley* procede de la palabra inglesa *weasel*, que en español significa comadreja, un animal que tanto en Inglaterra como en Irlanda no goza de buena reputación<sup>17</sup>, al igual que a veces sucede con los miembros de dicha familia, por tratarse de una familia de magos de clase baja. Las comadrejas viven en madrigueras y, aunque en el primer libro no obtenemos ningún tipo de información al respecto, en el segundo libro de la serie sí aprendemos que el nombre de la casa de los Weasley es *La Madriguera*:

They had landed next to a tumbledown garage in a small yard, and Harry looked out for the first time at Ron's house.

It looked as though it had once been a large stone pigpen, but extra rooms had been added here and there until it was several stories high and so crooked it looked as though it were held up by magic (which Harry reminded himself, it probably was). Four or five chimneys were perched on top of the red roof. A lopsided sign stuck in the ground near the entrance read, **THE BURROW**. Around the front door lay a jumble of rubber boots and a very rusty cauldron. Several fat brown chickens were pecking their way around the yard (Rowling 1999: 32).

Aterrizaron junto a un garaje en ruinas en un pequeño corral, y Harry vio por vez primera la casa de Ron.

Parecía como si en otro tiempo hubiera sido una gran pocilga de piedra, pero aquí y allá habían ido añadiendo tantas habitaciones que ahora la casa tenía varios pisos de altura y estaba tan torcida que parecía sostenerse en pie por arte de magia, y Harry sospechó que así era probablemente. Cuatro o cinco chimeneas coronaban el tejado. Cerca de la entrada, clavado en el suelo, había un letrero torcido que decía «**La Madriguera**». En torno a la puerta principal había un revoltijo de botas de goma y un caldero muy oxidado. Varias gallinas gordas de color marrón picoteaban a sus anchas por el corral (Rowling 2000: 34).

<sup>17</sup> [http://www.jkrowling.com/textonly/en/extrastuff\\_view.cfm?id=7](http://www.jkrowling.com/textonly/en/extrastuff_view.cfm?id=7)

La mayoría de los lectores españoles serán incapaces de asociar el apellido de este personaje con el animal, por lo que de nuevo en la versión meta se pierden las connotaciones de la palabra elegida por la autora.

"I'm **Ron Weasley**," Ron muttered (Rowling 1997: 79).      Yo soy **Ron Weasley** —murmuró Ron (Rowling 1999: 92).

Dada la importancia del personaje, no es extraño que en el videojuego se mantenga la misma traducción que en la novela en español.

RON001: ¡Hey, Harry! ¿Te acuerdas de mí, **Ron Weasley**?  
Mis hermanos Fred y George tienen algo que enseñarte. ¡Sígueme!

- b) Nombres sin significado: englobamos en esta categoría los nombres que no aportan ninguna información relevante acerca de la persona, por lo que ejercen una función simplemente designativa. Algunos ejemplos de este tipo de nombres son los siguientes:



LIBRO INGLÉS	LIBRO ESPAÑOL	VIDEOJUEGO
Harry Potter	Harry Potter	Harry Potter

Harry Potter es el nombre del protagonista, lo que lo convierte en el máximo representante de la saga, además de una marca registrada. Resulta lógico que se haya mantenido igual que en el original, tanto en la versión en español como en el resto de las traducciones a otras lenguas, puesto que es el personaje que todos los lectores del mundo identificarán con la serie de libros, películas o videojuegos. Además se trata de un nombre que encaja en el ambiente inglés en el que transcurre la historia, por lo tanto para el público anglosajón resulta un nombre cercano, mientras que el resto de los lectores lo verán como un nombre exótico y poco usual en sus culturas, pero a la vez entenderán que un niño nacido en otra cultura diferente pueda llamarse de ese modo.

Yet **Harry Potter** was still there, asleep at the moment, but not for long. His Aunt Petunia was awake and it was her shrill voice that made the first noise of the day. (Rowling 1997: 19)

Sin embargo, **Harry Potter** estaba todavía allí, durmiendo en aquel momento, aunque no por mucho tiempo. Su tía Petunia se había despertado y su voz chillona era el primer ruido del día. (Rowling 1999: 23)

#### Videojuego:

147Voldemort12: **Harry Potter**, dame la Piedra. Sé que la tienes.

StoryBook39: Sin embargo, continuó Dumbledore, en reconocimiento del valor e increíble coraje **de Harry Potter**, le concedo a Gryffindor sesenta puntos.

LIBRO INGLÉS	LIBRO ESPAÑOL	VIDEOJUEGO
Hermione Granger	Hermione Granger	Hermione Granger

Según declaraciones<sup>18</sup> de la autora, el nombre Hermione alude a uno de los personajes de la novela *A Winter's Tale* de William Shakespeare. El apellido Granger, por su parte, se corresponde con el nombre de uno de los personajes de la novela *Frindle* de Andrew Clements, que, al igual que Hermione, se muestra siempre preocupada por mantener una conducta intachable y obedecer las reglas.

En el caso de este personaje, las referencias culturales son de un nivel muy alto por lo que, probablemente, teniendo en cuenta que la mayor parte de los receptores pertenecen al público infantil, los lectores del texto original tampoco serán capaces de establecer dichas asociaciones.

(...) I'm **Hermione Granger**, by the way, who are you. (Rowling 1997: 79)      (...)Yo soy **Hermione Granger**. ¿Y vosotros quiénes sois? (Rowling 1999: 92)

Videojuego: 111HermioneInfo1: Hola Harry. Soy yo, **Hermione Granger**, nos conocimos en el Expreso de Hogwarts, ¿te acuerdas?

<sup>18</sup> [http://www.jkrowling.com/textonly/en/extrastuff\\_view.cfm?id=7](http://www.jkrowling.com/textonly/en/extrastuff_view.cfm?id=7)

LIBRO INGLÉS	LIBRO ESPAÑOL	VIDEOJUEGO
Lily Potter	Lily Potter	Lily Potter
James Potter	James Potter	James Potter

Estos son los nombres de los padres de Harry Potter, observamos que su significado no tiene mayor relevancia para la historia. *James* es un nombre común en la cultura anglosajona, cuya función es simplemente designativa.

Por su parte, *Lily* (cuyo significado en español es Lirio), aunque también posee una función meramente designativa, podría englobarse en una serie de nombres de la saga pertenecientes al campo semántico de las flores, junto con *Petunia* (el nombre de la tía de Harry) o *Poppy* (el nombre de pila de la enfermera del colegio).

Presentamos ambos nombres juntos con el fin de mostrar mejor una de las diferencias culturales, en lo que a relaciones de parentesco se refiere, entre la cultura anglosajona y la española. Como decíamos, James y Lily son un matrimonio, sin embargo, comparten apellido. Esto se debe a que en la cultura anglosajona es habitual que la mujer adopte el apellido de su marido, de ahí que hablemos tanto de James como de Lily Potter, práctica inexistente en la cultura española, en la que las mujeres siguen conservando su apellido de soltera después de casarse.

"What they're saying," she pressed on, "is that last night Voldemort turned up in Godric's Hollow. He went to find the Potters. The rumor is that **Lily and James Potter** are -- are -- that they're -- dead. " (Rowling 1997: 14)

Lo que están diciendo —insistió— es que la pasada noche Voldemort apareció en el valle de Godric. Iba a buscar a los Potter. El rumor es que **Lily y James Potter** están... están... bueno, que están muertos (Rowling 1999: 18).

**Videojuego:** StoryBook9: Reflejados en el Espejo de Oesed estaban los padres de Harry, **James y Lily Potter**.

LIBRO INGLÉS	LIBRO ESPAÑOL	VIDEOJUEGO
Hagrid	Hagrid	Hagrid
Charly	Charlie	Charlie
Crabbe	Crabbe	Crabbe
Goyle	Goyle	Goyle
Fred	<i>Fred</i>	Fred
George	<i>George</i>	George
Lee Jordan	Lee Jordan	Lee Jordan
Neville Longbottom	Neville Longbottom	Neville Longbottom

El resto de los nombres no tienen ningún significado y cumplen una función meramente designativa. Todos ellos se han mantenido igual en la versión traducida que en la versión original, sin que ésta solución afecte en ningún modo a la comprensión de los lectores o usuarios meta.

**Fred** and **George** were wearing blue jumpers, one with a large yellow F on it, the other a G (Rowling 1997: 149). **Fred** y **George** llevaban jerséis azules, uno con una gran letra F y el otro con la G (Rowling 1999: 169).

**Videojuego:** nearlynick32: ¿Cómo va la recogida de grageas? Supongo que **Fred** y **George** andarán con sus travesuras de siempre.

"Even if I could, I wouldn't. Scars can come in handy. I have one myself above my left knee that is a perfect map of the London Underground. Well -- give him here, **Hagrid** -- we'd better get this over with." (Rowling 1997: 31) Aunque pudiera, no lo haría. Las cicatrices pueden ser útiles. Yo tengo una en la rodilla izquierda que es un diagrama perfecto del metro de Londres. Bueno, déjalo aquí, **Hagrid**, es mejor que terminemos con esto (Rowling 1999: 20).

**Videojuego:** 121HagridA1: Hola, Harry, soy yo, **Hagrid**. Me alegro de verte. Estos son los terrenos del castillo de Hogwarts y yo soy el guardabosques.

"Listen, we're going down the middle of the train -- **Lee Jordan's** got a giant tarantula down there." (Rowling 1997: 74)

Mira, nosotros nos vamos a la mitad del tren, porque **Lee Jordan** tiene una tarántula gigante y vamos a verla (Rowling 1999: 86).

Videojuego: 127commentary71: Soy **Lee Jordan**, qué día tan estupendo para el partido de Quidditch de hoy.

When **Neville Longbottom**, the boy who kept losing his toad, was called, he fell over on his way to the stool. The hat took a long time to decide with Neville (...)(Rowling 1997: 90).

Cuando **Neville Longbottom**, el chico que perdía su sapo, fue llamado, se tropezó con el taburete. El sombrero tardó un largo rato en decidirse (Rowling 1999: 105).

Videojuego: hagridseeds16: Será mejor que vayas a ver a **Neville Longbottom**, está en el Entrenamiento con la Escoba.

Tan sólo encontramos dos ejemplos de nombres que difieran en la versión española del libro y en la del videojuego. Se trata de dos antropónimos correspondientes a magos que en el libro simplemente son nombrados y en el videojuego forman parte del texto inserto en los "Cromos de Magos". En ambos casos el nombre que aparece en el videojuego es el mismo que el que aparece en el libro en versión inglesa, lo que nos lleva a pensar que el localizador, al traducir directamente de la versión en inglés del videojuego, se haya olvidado de consultar el libro en español para corroborar cuál había sido la primera traducción para estos nombres.

LIBRO INGLÉS	LIBRO ESPAÑOL	VIDEOJUEGO
Agrippa	Agripa	Agrippa
Hengist of Woodcroft	Ramón Llull	Hengist of Woodcroft

"Oh, of course, you wouldn't know -- Chocolate Frogs have cards, inside them, you know, to collect - famous witches and wizards. I've got about five hundred, but I haven't got **Agrippa** or Ptolemy." (Rowling 1997: 77)

Oh, por supuesto, no debes saber... Las ranas de chocolate llevan cromos, ya sabes, para coleccionar, de brujas y magos famosos. Yo tengo como quinientos, pero no consigo ni a **Agripa** ni a Ptolomeo (Rowling 1999: 90).

**Videojuego:** wizardcardnew10: Cornelius **Agrippa**. 1486 1535. Célebre mago al que encarcelaron los muggles por sus escritos.

(...) Soon he had not only Dumbledore and Morgana, but **Hengist of Woodcroft**, Alberic Grunnion, Circe, Paracelsus, and Merlin. (Rowling 1997: 78)

(...) Muy pronto tuvo no sólo a Dumbledore y Morgana, sino también a **Ramón Llull**, al rey Salomón, Circe, Paracelso y Merlín.(...) (Rowling 1999: 91)

**Videojuego:** wizardcardnew28: **Hengist of Woodcroft**. Medieval, fechas desconocidas. Secuestrado de su casa por perseguidores muggle. Se dice que Hengist se estableció en Escocia donde fundó el pueblo de Hogsmeade. Se cree que la taberna Las Tres Escobas es el antiguo hogar de Hengist.

#### 5.2.1.2. Nombres de animales

En los libros contabilizamos once nombres propios referidos a animales, mientras que en el videojuego tan sólo aparecen seis de ellos. Entre estos últimos también podemos hacer la misma distinción que con los antropónimos.

##### a) Nombres con significado:

LIBRO INGLÉS	LIBRO ESPAÑOL	VIDEOJUEGO
Fang	<i>Fang</i>	Fang

*Fang* es el perro de Hagrid. La autora lo bautiza de ese modo para evocar sentimientos opuestos; aunque por su nombre, que en español significa “Colmillo”, puede parecer un animal muy fiero, en realidad es todo lo contrario. En español el juego de palabras elaborado por la autora se pierde totalmente.

They found **Fang**, the boarhound, sitting outside with a bandaged tail when they went to tell Hagrid, who opened a window to talk to them (Rowling 1997: 174).

Encontraron a **Fang**, el perro cazador de jabalíes, sentado afuera, con la cola vendada, cuando fueron a avisar a Hagrid. Éste les habló a través de la ventana (Rowling 1999: 198).

Videojuego: 124HagridB3: Mi perro **Fang** se echaba una cabezadita siempre que la tocaba.

- b) Nombres sin significado: la mayoría son nombres de persona que han sido usados para denominar a algunos de los animales de compañía de los personajes, aunque no guardan relación alguna con el animal.

LIBRO INGLÉS	LIBRO ESPAÑOL	VIDEOJUEGO
Hedwig	<i>Hedwig</i>	Hedwig
Trevor	<i>Trevor</i>	Trevor
Mrs. Norris	<i>Señora Norris</i>	Señora Norris

Ya indicamos antes que la autora de la saga es aficionada a los nombres inusuales, de ahí que todos los personajes hayan sido bautizados con especial cuidado.

En el caso de Hedwig, la lechuza de Harry, la autora reconoce haber tomado su nombre del de una santa<sup>19</sup> medieval, patrona de la congregación de “Las hermanas de Santa Hedwig”, una orden que tiene por misión<sup>20</sup> principal educar a niños huérfanos y abandonados.

Aunque en el videojuego este animal tan sólo es nombrado, en el libro sí sabemos que Hedwig es fiel a su dueño e intenta protegerlo siempre.

<sup>19</sup> <http://www.accio-quote.org/articles/2000/fall00-etoys.html>

<sup>20</sup> <http://www.catholicity.com/encyclopedia/h/hedwig,saint.html>

No obstante, aunque la autora haya tenido sus razones para bautizar a la lechuza de este modo, su nombre realmente no tiene ningún significado, por lo que tanto para los lectores del libro original como para los lectores y usuarios españoles su función es meramente designativa.

Harry kept to his room, with his new owl for company. He had decided to call her **Hedwig**, a name he had found in *A History of Magic*. (Rowling 1997: 67)

Harry se quedaba en su habitación, con su nueva lechuza por compañía. Decidió llamarla **Hedwig**, un nombre que encontró en *Una historia de la magia*. (Rowling 1999:79)

Videojuego: harry6: ¡Una carta de **Hedwig**!

El caso de Trevor, el sapo de Neville Longbottom, en la versión en español del libro, es especialmente característico, puesto que pasó de ser un sapo a ser una tortuga. Aunque posteriormente este error fue subsanado, en la edición que nosotros hemos manejado (la octava), esta modificación del original todavía estaba presente, por lo que hemos decidido comentarlo. En el videojuego, sin embargo, el animal es un sapo.

"What are you doing?" said a voice from the corner of the room. Neville appeared from behind an armchair, clutching **Trevor** the **toad**, who looked as though he'd been making another bid for freedom. (Rowling 1997: 197-198)

¿Qué vais a hacer? —dijo una voz desde un rincón. Neville apareció detrás de un sillón, aferrado a la **tortuga Trevor**, que parecía haber intentado otro viaje a la libertad. (Rowling 1999: 224)

Videojuego: 121Neville3: Necesito mi Recordadora para acordarme de dónde está mi **sapo Trevor**.



El nombre del gato del señor Filch procede, de acuerdo con declaraciones<sup>21</sup> de Rowling, de uno de los personajes que aparecen en la novela *Mansfield Park*, de Jane Austen. De nuevo, nos encontramos ante una referencia cultural difícil de reconocer por el público más joven, que probablemente no haya leído el libro.

Filch owned a cat called **Mrs. Norris**, a scrawny, dust-colored creature with bulging, lamp like eyes just like Filch's (Rowling 1997: 99).

Filch tenía una gata llamada **Señora Norris**, una criatura flacucha y de color polvoriento, con ojos saltones como linternas, iguales a los de Filch (Rowling 1999: 114).

**Videojuego:** studentboynew45: La **señora Norris** no es una gata muy amable que digamos.

#### 5.2.1.3. Nombres de fantasmas.

Los tres fantasmas que aparecen en el libro aparecen también en el videojuego. Uno de estos tres nombres no ha sido traducido, con la consiguiente pérdida de significado para los lectores y usuarios meta.

LIBRO INGLÉS	LIBRO ESPAÑOL	VIDEOJUEGO
Peeves	Peeves	Peeves

La palabra “peeve” significa “fastidio” en español, lo que concuerda con el carácter de este *poltergeist*, quien disfruta molestando a los personajes y burlándose de ellos. Como se puede observar, al no haber traducido el nombre, los lectores meta pierden su significado y, por consiguiente, la asociación establecida entre el nombre y el personaje.

<sup>21</sup> <http://www.accio-quote.org/articles/1999/1099-connectiontransc2.htm#p3>

"**Peeves**," Percy whispered to the first years. "A poltergeist." He raised his voice, "Peeves -- show yourself" (Rowling 1997: 96)

**Peeves** —susurró Percy a los de primer año—. Es un duende, lo que en las películas llaman *poltergeist*. —Levantó la voz—: Peeves, aparece. (Rowling 1999: 111)

**Videojuego:** STUDENT03: Cuidado con **Peeves** el Poltergeist. Está en el tercer piso molestando a los alumnos otra vez.

LIBRO INGLÉS	LIBRO ESPAÑOL	VIDEOJUEGO
Nearly Headless Nick	Nick Casi Decapitado	Nick Casi Decapitado

En este caso, observamos que la versión en español no es una traducción literal, sino que ha sido ligeramente adaptada por lo que *headless* (literalmente “sin cabeza”), pasa a ser “decapitado”, haciendo referencia, de este modo, a la forma en la que murió el fantasma de la casa Gryffindor.

Por otra parte, en lo que concierne a su nombre de pila, “Nick”, constatamos que esta palabra también guarda relación con el personaje así llamado. El *Cambridge Advanced Learner’s Dictionary*, define *nick* como “a small cut in a surface or an edge”, por lo que observamos que existe una relación entre el nombre del fantasma y su aspecto físico. En español, sin embargo, dicha relación no se aprecia por lo que el nombre Nick ejerce tan sólo una función designativa.

"I know who you are!" said Ron suddenly. "My brothers told me about you-- you're **Nearly Headless Nick!**" (Rowling 1997: 92)

¡Yo sé quién es usted! —dijo súbitamente Ron—. Mi hermano me lo contó. ¡Usted es **Nick Casi Decapitado!** (Rowling 1999: 107)

**Videojuego:** studentboynew20: ¿Conoces a **Nick Casi Decapitado**? Es bastante amable para ser un fantasma.

LIBRO INGLÉS	LIBRO ESPAÑOL	VIDEOJUEGO
Bloody Baron	Barón Sanguinario	Barón Sanguinario

El Barón Sanguinario es el fantasma de la casa Slytherin. La principal característica de este nombre en la versión original es que para su creación la autora ha recurrido a la aliteración haciendo que las dos palabras que conforman el nombre empiecen por la misma letra. En la versión en español, este recurso no ha sido tenido en cuenta y se ha efectuado una traducción literal.

"You want to watch out for Peeves," said Percy, as they set off again. "The **Bloody Baron**'s the only one who can control him, he won't even listen to us prefects. Here we are." (Rowling 1997: 96)

Tenéis que tener cuidado con Peeves —dijo Percy, mientras seguían avanzando—. El **Barón Sanguinario** es el único que puede controlarlo, ni siquiera nos escucha a los prefectos. Ya llegamos (Rowling 1999: 111).

En la versión localizada una vez más se ha respetado la solución adoptada por la traductora del libro por lo que el recurso utilizado originalmente por la autora tampoco se puede apreciar en el videojuego.

Videojuego: harry86: Debo alejarme del **Barón Sanguinario**.

#### 5.2.1.4. Nombres de seres fantásticos.

Entre los seres fantásticos observamos que los centauros que aparecen en la historia cuentan con nombres propios. Aunque en el libro se hace referencia a tres, en el videojuego tan sólo aparece uno de ellos cuyo nombre se mantiene igual que en la versión original.

LIBRO INGLÉS	LIBRO ESPAÑOL	VIDEOJUEGO
Firenze	Firenze	Firenze

Firenze es el nombre de uno de los centauros que forman parte de la historia. Se trata de un nombre italiano mediante el cual se designa a la ciudad de Florencia, en la cual falleció el astrónomo Galileo. La elección de este nombre para un centauro podría relacionarse con la afición de estos seres por la astronomía, aunque la autora no ha hecho ninguna mención al respecto. Como se puede observar, este nombre se ha mantenido igual en todas las versiones. El motivo por el que en español no se haya optado por el equivalente traducido oficial de la ciudad podría deberse a que éste es una palabra femenina (Florencia) y el centauro es de sexo masculino, por lo que no encajaría bien con el personaje.

"You are the Potter boy," he said. "You had better get back to Hagrid. The forest is not safe at this time -- especially for you. Can you ride? It will be quicker this way. "My name is **Firenze**," he added, as he lowered himself on to his front legs so that Harry could clamber onto his back (Rowling 1997: 187).

Tú eres el chico Potter —dijo—. Es mejor que regreses con Hagrid. El bosque no es seguro en esta época en especial para ti. ¿Puedes cabalgar? Así será más rápido... Mi nombre es **Firenze** —añadió, mientras bajaba sus patas delanteras, para que Harry pudiera montar en su lomo (Rowling 1999: 213).

En el videojuego, aunque dicho personaje no aparece caracterizado ni desempeña ningún papel en el hilo argumental, sí es nombrado por el narrador en una ocasión dentro del texto que da paso a otra etapa del juego.

**Videojuego:** storybooknew30: Harry fue rescatado justo a tiempo por el centauro, **Firenze**, que lo llevó cabalgando hasta un lugar seguro.

LIBRO INGLÉS	LIBRO ESPAÑOL	VIDEOJUEGO
Norbert	Norberto	Norberto

*Norbert* es el nombre con el que Hagrid decide bautizar a su dragón. Dado que este nombre cuenta con un equivalente en nuestra lengua, en la versión en español ha sido adaptado a nuestra ortografía pasando a ser “Norberto”.

"I've decided to call him **Norbert**," said Hagrid, looking at the dragon with misty eyes. "He really knows me now, watch. Norbert! Norbert! Where's Mummy?" (Rowling 1997: 172)

He decidido llamarlo **Norberto** —dijo Hagrid, mirando al dragón con ojos húmedos—. Ya me reconoce, mirad. ¡*Norberto!* ¡*Norberto!* ¿Dónde está mamá? (Rowling 1999: 196)

En el videojuego se ha respetado la solución adoptada por la traductora del libro y se mantiene el nombre adaptado a la cultura meta.

**Videojuego:** StoryBook17: Harry, Ron y Hermione pasaban la mayor parte de su tiempo libre en la cabaña de Hagrid, intentando convencerlo de que no podía quedarse con **Norberto**, su adorado dragón.

LIBRO INGLÉS	LIBRO ESPAÑOL	VIDEOJUEGO
Fluffy	<i>Fluffy</i>	Fluffy

*Fluffy*, cuya traducción al español es “peludo”, es el perro de tres cabezas que custodia la piedra filosofal. En este caso, la autora recurre al humor para bautizar a este animal tan fiero y temible con el nombre con el que, comúnmente, cualquier niño anglosajón podría referirse, de manera cariñosa, a su mascota. En español la intención de la autora pasa desapercibida, ya que los lectores o usuarios no serán capaces de asociar dicho nombre con los nombres típicos de los animales domésticos presentes en los hogares españoles.

Every time they passed the third-floor corridor, Harry, Ron, and Hermione would press their ears to the door to check that **Fluffy** was still growling inside (Rowling 1997: 167).

Cada vez que pasaban por el pasillo del tercer piso, Harry, Ron y Hermione apoyaban las orejas contra la puerta, para ver si **Fluffy** estaba gruñendo, allí dentro (Rowling 1999: 190).

Videojuego: harry118: Probaré con la flauta. Puede que **Fluffy** se duerma un rato.

#### 5.2.1.5. Topónimos y nombres de lugares.

Una vez más, debido al carácter reducido de la historia del videojuego, éste contiene menos topónimos que los libros, 17 frente a 37 y, en todos los casos, las soluciones adoptadas se muestran coherentes con las traducciones del libro en español. En esta categoría podemos distinguir entre nombres que aluden a lugares inventados por la autora y nombres que hacen referencia a lugares reales.

Entre los primeros encontramos el nombre de las cuatro casas que componen el colegio Hogwarts, así como el nombre del propio colegio. En todos los casos, los nombres se han mantenido igual que en el original, por lo que en la versión meta constituyen nombres, que, por su naturaleza extranjera, impiden a los lectores o usuarios asociarlos con sus respectivos orígenes.

En lo que respecta a la localización del videojuego, el caso de estas casas es especialmente significativo, puesto que aunque se produzca una pérdida de significado en la cultura meta, la importancia que desempeñan en la trama de la historia no permite de ningún modo al localizador realizar cambios en sus nombres.

LIBRO INGLÉS	LIBRO ESPAÑOL	VIDEOJUEGO
Gryffindor	Gryffindor	Gryffindor

De las cuatro casas del colegio, Gryffindor es la más nombrada tanto en el libro como en el videojuego, por ser la casa a la que pertenece Harry Potter.

El nombre de esta casa podría derivar de dos palabras. Por un lado “grifo” (griffin), que en la mitología griega hace referencia a un animal con cabeza de águila y cuerpo de león y representa la fuerza y el valor, características que, teniendo en cuenta tanto el símbolo de la casa (un león) como la intervención del sombrero seleccionador (Rowling 1999: 102), se asocian a los alumnos pertenecientes a Gryffindor:

You might belong in Gryffindor,  
Where dwell the brave at heart,  
Their daring, nerve, and chivalry  
Set Gryffindors apart;  
(Rowling 1997: 88)

Puedes pertenecer a Gryffindor,  
donde habitan los valientes.  
Su osadía, temple y caballerosidad  
Ponen aparte a los de Gryffindor.  
(Rowling 1999: 102)

Por otro lado, el adjetivo “dorado”, proveniente de la palabra francesa “d’or”, es precisamente uno de los colores que, junto al rojo, representa a la casa Gryffindor.

"Goodness, didn't you know, I'd have found out everything I could if it was me," said Hermione. "Do either of you know what house you'll be in? I've been asking around, and I hope I'm in **Gryffindor**, it sounds by far the best, (...)(Rowling 1997: 79)

—Dios mío, no lo sabes. Yo en tu lugar habría buscado todo lo que pudiera —dijo Hermione—. ¿Sabéis a qué casa vais a ir? Estuve preguntando por ahí y espero estar en **Gryffindor**, parece la mejor de todas (Rowling 1999: 93).

Videojuego: 141RonC2: Es un gran honor, Harry. Seguro que serás el orgullo de **Gryffindor**.

LIBRO INGLÉS	LIBRO ESPAÑOL	VIDEOJUEGO
Hufflepuff	Hufflepuff	Hufflepuff

El nombre de esta casa podría derivarse de la expresión inglesa “huff and puff”, que en español significa “jadear”. Este verbo puede hacer referencia a las características de los alumnos pertenecientes a esa casa, cuyo símbolo es un tejón y se asocia con la tenacidad y perseverancia en el trabajo. Estas cualidades son también mencionadas por el sombrero seleccionador:

You might belong in Hufflepuff,  
Where they are just and loyal,  
Those patient Hufflepuffis are true  
And unafraid of toil;  
(Rowling 1997:88)

Puedes pertenecer a Hufflepuff,  
donde son justos y leales.  
Esos perseverantes Hufflepuff  
de verdad no temen al trabajo pesado.  
(Rowling 1999:103)

Al igual que en el caso anterior, la versión del videojuego respeta las soluciones adoptadas por la traductora del libro y mantiene el nombre de la casa igual que aparece en la novela original.

The table on the right cheered and clapped as Hannah went to sit down at the **Hufflepuff** table. Harry saw the ghost of the Fat Friar waving merrily at her (Rowling 1997: 89).

La mesa de la derecha aplaudió mientras Hannah iba a sentarse con los de **Hufflepuff**. Harry vio al fantasma del Fraile Gordo saludando con alegría a la niña (Rowling 1999:103).

**Videojuego:** 127LeeJordan5: De nuevo Harry Potter es el buscador del equipo de Gryffindor. En su último partido contra **Hufflepuff**, atrapó la snitch y ganaron.



LIBRO INGLÉS	LIBRO ESPAÑOL	VIDEOJUEGO
Ravenclaw	Ravenclaw	Ravenclaw

El nombre de esta casa también está compuesto de dos palabras: cuervo (*raven*) y garra (*claw*). Aunque el símbolo de la casa es un águila, el hecho de que una de las palabras que componen el nombre sea “cuervo” (animal que suele considerarse como un ave de gran capacidad de raciocinio) nos sirve de indicador de las características que tendrán los alumnos de Ravenclaw, cuya inteligencia es recalcada por el sombrero seleccionador:

Or yet in wise old Ravenclaw,  
if you've a ready mind,  
Where those of wit and learning,  
Will always find their kind;  
(Rowling 1997:88)

O tal vez a la antigua sabiduría de Ravenclaw,  
Si tienes una mente dispuesta,  
Porque los de inteligencia y erudición  
Siempre encontrarán allí a sus semejantes.  
(Rowling 1999: 103)

De nuevo observamos en este caso una limitación de creatividad por parte del localizador al verse obligado a mantener la traducción empleada por la traductora del libro, por lo que los usuarios del videojuego se verán privados de la información implícita en el nombre de la casa.

And now there were only three people left to be sorted. "Thomas, Dean," a Black boy even taller than Ron, joined Harry at the Gryffindor table. "Turpin, Lisa," became a **Ravenclaw** and then it was Ron's turn. He was pale green by now. Harry crossed his fingers under the table and a second later the hat had shouted, "GRYFFINDOR!" (Rowling 1997: 91)

Y ya quedaban solamente tres alumnos para seleccionar. A Turpin, Lisa le tocó **Ravenclaw**, y después le llegó el turno a Ron. Tenía una palidez verdosa y Harry cruzó los dedos debajo de la mesa. Un segundo más tarde, el sombrero gritó: ¡GRYFFINDOR! (Rowling 1999: 106).

**Videojuego:** storybooknew6: Gracias a la habilidad de Harry como buscador, Gryffindor ganó el partido de Quidditch contra **Ravenclaw**.

LIBRO INGLÉS	LIBRO ESPAÑOL	VIDEOJUEGO
Slytherin	Slytherin	Slytherin

La palabra Slytherin proviene del verbo “to slither”, que en español significa reptar. Este verbo hace referencia a la acción que desempeña la serpiente, animal que representa a esta casa. En español, como se puede observar, esta referencia se pierde puesto que la palabra en inglés no evoca dicha asociación entre el nombre de la casa y el animal.

"Bulstrode, Millicent" then became a Slytherin. Perhaps it was Harry's imagination, after all he'd heard about **Slytherin**, but he thought they looked like an unpleasant lot. (Rowling 1997: 89)

Bulstrode, Millicent fue a Slytherin. Tal vez era la imaginación de Harry; después de todo lo que había oído sobre **Slytherin**, pero le pareció que era un grupo desagradable. (Rowling 1999: 104)

Al igual que ocurre en el caso de las otras tres casas, el localizador se ve privado nuevamente de potestad para solventar las pérdidas de referencias culturales en el videojuego, por lo que la versión localizada al español del videojuego mantiene también en este caso el nombre empleado en la obra original en inglés.

**Videojuego:** StoryBook34: Esa noche Harry bajó solo a la fiesta de fin de curso. El Gran Comedor estaba cubierto de verde y plateado para celebrar que **Slytherin** había ganado La copa de la casa.

LIBRO INGLÉS	LIBRO ESPAÑOL	VIDEOJUEGO
Hogwarts	Hogwarts	Hogwarts
the Hog's Head	el Cabeza de Puerco	el Cabeza de Puerco

Tanto *Hogwarts*, el nombre del colegio de magia y hechicería, como *El Cabeza de Puerco* son nombres inventados por la autora. Aunque en la versión en español parezca que no poseen ninguna característica en común, si observamos sus nombres originales en inglés vemos que ambas llevan insertada la palabra “Hog”, cuyo significado en español es “puerco”.

En el caso del colegio, vemos que el nombre está formado por dos palabras “Hog” (puerco) y “warts” (verrugas), por lo que podríamos traducir Hogwarts como “verrugas de puerco”. No obstante, la inclusión de la palabra “puerco” en el nombre del colegio pasa totalmente desapercibida para el lector o usuario español del libro o videojuego *Harry Potter y la Piedra Filosofal*, por haberse mantenido dicho nombre igual que en el original.

We are pleased to inform you that you have been accepted at **Hogwarts** School of Witchcraft and Wizardry. Please find enclosed a list of all necessary books and equipment (Rowling 1997: 42-43).

*Tenemos el placer de informarle de que dispone de una plaza en el Colegio **Hogwarts** de Magia. Por favor, observe la lista del equipo y los libros necesarios (Rowling 1999: 50).*

**Videojuego:** StoryBook5: Hasta el día en que el destino le hizo llegar una carta invitándolo a asistir al Colegio **Hogwarts** de Magia y Hechicería.

Con respecto al nombre del bar observamos que, en este caso, los lectores obtienen algo más de información al haberse traducido literalmente “The Hog’s Head”, que en español pasa a ser “El cabeza de puerco”.

It's not that unusual, yeh get a lot o' funny folk in **the Hog's Head** -- that's the pub down in the village. Mighta bin a dragon dealer, mightn' he? I never saw his face, he kept his hood up. (Rowling 1997: 193)

No es tan inusual, hay mucha gente rara en **el Cabeza de Puerco**, el bar de la aldea. Podría ser un traficante de dragones, ¿no? No llegué a verle la cara porque no se quitó la capucha (Rowling 1999:220).

Videojuego: 124Hagrid2: Me lo dio un hombre en **el Cabeza de Puerco**. ¡Es un huevo de dragón!

Con respecto al resto de lugares imaginarios que aparecen o son nombrados en el videojuego, todos ellos han sido traducidos literalmente y coinciden exactamente con las versiones ofrecidas en el libro en español.

LIBRO INGLÉS	LIBRO ESPAÑOL	VIDEOJUEGO
Privet Drive	Privet Drive	Privet Drive

De acuerdo con el *Cambridge Advanced Learner's Dictionary*, la palabra *privet* se define como “an evergreen (= never losing its leaves) bush, which is often grown as a hedge around the edges of gardens.”

*Privet Drive* es el nombre de la calle en la que viven los tíos de Harry, los Dursley. Este tipo de arbusto, que en España denominamos “alheña”, es característico de los suburbios ingleses, donde son plantados a modo de setos.

Por lo tanto, mientras que en la versión original este nombre nos describe de manera implícita el *status* social de la familia de Harry, en la versión en español esta información complementaria se pierde y el nombre de la calle por sí mismo no tiene ningún significado ni para el lector ni para el usuario meta.

Mr. and Mrs. Dursley, of number four, **Privet Drive**, were proud to say that they were perfectly normal, thank you very much. (Rowling 1997: 7)

El señor y la señora Dursley, que vivían en el número 4 de **Privet Drive**, estaban orgullosos de decir que eran muy normales, afortunadamente. (Rowling 1999:9)

En este caso, el hecho de que el nombre de la calle se mantenga igual que en el original no representa ningún tipo de problema ni para el lector ni para el usuario del videojuego, puesto que teniendo en cuenta que la historia se desarrolla en Londres no será difícil para el público meta entender que dicho nombre pueda pertenecer a otra cultura.

**Videojuego:** StoryBook3: El gigante, llamado Hagrid, dejó un bulto envuelto en sábanas en la puerta del número 4 de **Privet Drive**.

LIBRO INGLÉS	LIBRO ESPAÑOL	VIDEOJUEGO
common room	Sala común	Sala común

En el colegio Hogwarts, cada casa cuenta con una “sala común”, a la que se accede mediante una contraseña que sólo sus miembros conocen y donde éstos se reúnen para hablar. Se trata de un nombre muy descriptivo, que como se puede observar, explica muy bien la función de la habitación, de ahí que haya sido traducido literalmente.

(...)Then, cold, wet, and gasping for breath, they returned to the fire in the Gryffindor **common room**, where Harry broke in his new chess set by losing spectacularly to Ron. (Rowling 1997: 150)

Más tarde, helados, húmedos y jadeantes, regresaron a la **sala común** de Gryffindor para sentarse al lado del fuego. Allí Harry estrenó su nuevo ajedrez y perdió espectacularmente con Ron (Rowling 1999:171).

La importancia de esta sala es mayor en la novela que en el videojuego, en el que tan sólo es nombrada por el narrador. No obstante, dada la relevancia de dicho lugar a lo largo del desarrollo de la novela, en este caso el localizador también ha respetado la traducción literal realizada por la traductora del libro

con el fin de evitar un rechazo por parte del usuario meta que haya manejado el libro previamente.

**Videojuego:** storybooknew22: De vuelta a la **sala común** de Gryffindor, Harry, Ron y Hermione hablaron de sus emocionantes primeros días en Hogwarts.

LIBRO INGLÉS	LIBRO ESPAÑOL	VIDEOJUEGO
The Great Hall	El Gran Comedor	el Gran Comedor

“The Great Hall” es una sala de gran tamaño donde los alumnos de Hogwarts se reúnen para comer, de ahí que en la versión en español haya pasado a ser “el Gran Comedor”. Aunque en el libro este refectorio tiene más peso durante el trascurso de la historia, por ser el lugar donde se desarrollan varias de las acciones, en el videojuego tan sólo es nombrado una vez por el narrador y ninguna de las acciones se desarrolla en él.

As the owls flooded into **the Great Hall** as usual, everyone's attention was caught at once by a long, thin package carried by six large screech owls (Rowling 1997: 121)

Mientras las lechuzas volaban por **el Gran Comedor**, como de costumbre, la atención de todos se fijó de inmediato en un paquete largo y delgado, que llevaban seis lechuzas blancas. (Rowling 1999:139)

**Videojuego:** storybooknew4: Ese día, algo más tarde, cuando las lechuzas invadieron **el Gran Comedor**, Harry recibió un paquete largo y delgado.

LIBRO INGLÉS	LIBRO ESPAÑOL	VIDEOJUEGO
the forbidden forest	el bosque prohibido	el Bosque prohibido
the out-of-bounds corridor	El Pasillo prohibido	El Pasillo prohibido

Analizamos conjuntamente estos dos términos por mostrar en la lengua meta una característica en común: el participio *prohibido*. En inglés, sin embargo, observamos que, mientras que en el primer caso el término *forbidden* coincide en categoría gramatical con su posterior traducción, en el segundo ejemplo, el término origen muestra una típica característica de la lengua inglesa: la formación de adjetivos a partir de varias palabras separadas por guiones. Así, “out-of-bounds”, que literalmente se traduciría como “fuera de los límites”, se usa como si se tratase de una sola palabra. En español esta práctica no es habitual, de ahí que dicho término haya sido traducido, también en este caso, por el participio “prohibido”.

(...) Filch found them trying to force their way through a door that unluckily turned out to be the entrance to the **out-of-bounds corridor** on the third floor (Rowling 1997: 99).

Filch los encontró tratando de pasar por una puerta que, desgraciadamente, resultó ser la entrada al **pasillo prohibido** del tercer piso (Rowling 1999:114).

**Videojuego:** ronnew1: ¡El profesor Snape acaba de salir del **Pasillo prohibido**! ¡Y cojea mucho!

(...) His broomstick was still rising higher and higher, and started to drift lazily toward the **forbidden forest** and out of sight (Rowling 1997: 110).

Su escoba seguía subiendo, cada vez más alto, hasta que comenzó a torcer hacia el **bosque prohibido** y desapareció de la vista (Rowling 1999: 126).

**Videojuego:** StoryBook23: Como castigo, Harry tenía que adentrarse en el **Bosque prohibido** y encontrar un unicornio herido.

LIBRO INGLÉS	LIBRO ESPAÑOL	VIDEOJUEGO
Diagon Alley	callejón Diagon	Callejón Diagon

La importancia del callejón Diagon reside en que se trata de la calle donde se encuentran los establecimientos de venta de artículos de magia. Aunque en español su nombre no ofrece ningún tipo de información al lector del libro o usuario del videojuego, en inglés observamos uno de los numerosos juegos de palabras creados por Rowling. En este caso, al leer el nombre de la calle en inglés sonaría como “diagonally” (diagonalmente), significado que en la versión en español se pierde.

Hagrid must have forgotten to tell him something you had to do, like tapping the third brick on the left to get into **Diagon Alley** (Rowling 1997: 69).

Hagrid debió de olvidar decirle algo que tenía que hacer, como dar un golpe al tercer ladrillo de la izquierda para entrar en el **callejón Diagon** (Rowling 1999:81).

En el caso del videojuego observamos cómo, una vez más, resulta imposible para el localizador ofrecer una solución que se acerque más al texto original al verse supeditado al trabajo realizado previamente por la traductora del libro. Por lo tanto, aunque en el videojuego este lugar carezca de relevancia para el desarrollo de la acción, dada su relevancia en el argumento de la novela resulta imprescindible que el nombre se mantenga igual que en la versión española del libro, con el fin de no confundir a los usuarios.

**Videojuego:** StoryBook6: Hagrid llevó a Harry al **Callejón Diagon** para comprar una lista de material escolar de lo más raro.



LIBRO INGLÉS	LIBRO ESPAÑOL	VIDEOJUEGO
Gringotts Bank	banco de Gringotts	Gringotts

En el caso de Gringotts Bank, el banco de los magos, observamos que éste ha sido trasladado al español literalmente como “banco de Gringotts”. No obstante, la primera vez que este lugar aparece en la novela se explica que se trata de un banco para magos.

"They didn' keep their gold in the house, boy! Nah, first stop fer us is **Gringotts. Wizards' bank**. Have a sausage, they're not bad cold -- an' I wouldn' say no teh a bit o' yer birthday cake, neither." (Rowling 1997: 50)

¡Ellos no guardaban el oro en la casa, muchacho! No, la primera parada para nosotros es **Gringotts. El banco de los magos**. Come una salchicha, frías no están mal, y no me negaré a un pedacito de tu pastel de cumpleaños (Rowling 1999:59).

En el caso del videojuego, este lugar tan sólo es nombrado y el localizador adopta la misma estrategia que la traductora de la novela. En algunos casos explica tras el nombre que se trata de un banco para magos y en otros simplemente se refiere a él como Gringotts, probablemente debido a que se trata de un lugar conocido por el usuario, por lo que se puede permitir prescindir de “banco” o quizás por motivos de espacio.

#### Videojuego:

111StudentBoySeamus5: Acabo de leer en El Profeta que han asaltado **Gringotts, el banco de los magos**. ¿Quién habrá sido?

111StudentBoySeamus6: Los duendes de **Gringotts** han declarado que no han robado nada. ¿Qué buscarían los ladrones?

LIBRO INGLÉS	LIBRO ESPAÑOL	VIDEOJUEGO
Ministry of Magic	Ministerio de Magia	Ministerio de Magia

El *Ministry of Magic* es el órgano de gobierno dentro del mundo mágico. Tanto en la cultura inglesa como en la española este tipo de departamentos forman parte del sistema de división de la dirección del Estado, por lo que a la hora de trasladar el término a la lengua española se ha realizado una traducción literal.

"There's a **Ministry of Magic**?" Harry asked, before he could stop himself (Rowling 1997: 51).      ¿Hay un **Ministerio de Magia**? —preguntó Harry, sin poder contenerse (Rowling 1999:61).

En el videojuego, al igual que en la novela, este lugar tan sólo es nombrado al final de la historia. Sin embargo, aunque no se trate de un lugar principal dentro del hilo argumental, el hecho de que el localizador haya mantenido la solución adoptada por la traductora de la novela al español demuestra, una vez más, la importancia de la labor de documentación, especialmente en este tipo de detalles, que serán los que marquen la diferencia y permitan al usuario determinar si la localización del videojuego es de buena calidad o no.

Videojuego: HERMIONE028: ¡Pero Dumbledore se marchó hace diez minutos al **Ministerio de Magia** en Londres!

Entre los topónimos que hacen referencia a lugares reales, observamos que todos ellos han sido traducidos literalmente, recurriéndose a una adaptación en los casos en los que los topónimos cuentan con una versión traducida consagrada en la lengua meta. Observamos en el caso de Rumanía que en la versión en español de la novela aparece sin tilde, mientras que en la versión localizada sí la lleva. De acuerdo con el Diccionario panhispánico de dudas de la RAE<sup>22</sup> los dos tipos de acentuación son válidos, por lo que se trata de una diferencia sin mayor relevancia.

LIBRO INGLÉS	LIBRO ESPAÑOL	VIDEOJUEGO
London	Londres	Londres
Romania	Rumania	Rumanía

"Professor Dumbledore left ten minutes ago," she said coldly. "He received an urgent owl from the Ministry of Magic and flew off for **London** at once." (Rowling 1997: 194)

El profesor Dumbledore se fue hace diez minutos — dijo con frialdad—. Recibió una lechuza urgente del ministro de Magia y salió volando para **Londres** de inmediato (Rowling 1999: 221).

**Videojuego:** HERMIONE028: ¡Pero Dumbledore se marchó hace diez minutos al Ministerio de Magia en **Londres!**

"No -- Charlie -- your brother, Charlie. In **Romania**. Studying dragons. We could send Norbert to him. Charlie can take care of him and then put him back in the wild!" (Rowling 1997: 173)

No... Charlie, tu hermano. En **Rumania**. Estudiando dragones. Podemos enviarle a *Norberto*. ¡Charlie lo cuidará y luego lo dejará vivir en libertad! (Rowling 1999: 196)

**Videojuego:** StoryBook20: El hermano de Ron, Charlie, había quedado en coger al dragón de la torre y devolverlo a **Rumanía**.

<sup>22</sup> **Rumanía** o **Rumania**. El nombre de este país europeo presenta en español dos acentuaciones, ambas válidas. La pronunciación con hiato [rru - ma - ní - a], a la que corresponde la grafía con tilde *Rumanía*, es mayoritaria en España y coincide con la pronunciación de este topónimo en lengua rumana; pero en amplias zonas de América es más frecuente la pronunciación con diptongo [rru - má - nia], a la que corresponde la grafía sin tilde *Rumania* (Diccionario panhispánico de dudas 2005).

#### 5.2.1.6. Nombres de objetos

Debido a la temática de la historia, la mayoría de los objetos que aparecen hacen referencia a la magia. Una vez más, en el videojuego tan sólo aparecen los más relevantes para la acción. La mayoría han sido traducidos de manera literal y se mantienen igual en la versión del libro y en la del videojuego a excepción de “cromo de los Magos Famosos”, que en el videojuego pasa a denominarse “Cromo de Magos”, probablemente debido a restricciones de espacio; y la “capa invisible”, a la que el videojuego denomina “capa de invisibilidad” al igual que hace la película.

LIBRO INGLÉS	LIBRO ESPAÑOL	VIDEOJUEGO
Famous Wizard card	cromo de los Magos Famosos	Cromo de Magos

Los cromos de los Magos Famosos son parte tanto del libro como del videojuego. En el primero, estos cromos se encuentran en las ranas de chocolate y en ellos los personajes encuentran imágenes de magos o brujas famosos. En el videojuego, sin embargo, los cromos de magos son obsequiados cuando el usuario completa alguna misión. En ellos aparecen también imágenes de los magos, así como una breve información sobre su biografía.

Observamos, además, otra diferencia entre la versión española del libro y la del videojuego. Mientras que en el libro se refieren a los cromos por su nombre completo, “cromo de los Magos Famosos”, en el videojuego,

probablemente debido a restricciones de espacio, se hace referencia a ellos simplemente como “cromo de magos”.

As Neville walked away, Harry looked at the Famous Wizard card (Rowling 1997: 160). Mientras Neville se alejaba, Harry miró el **cromo de los Magos Famosos**.(Rowling 1999:182)

Videojuego: harry132: ¡He encontrado suficientes grageas para conseguir un **cromo de magos!**

LIBRO INGLÉS	LIBRO ESPAÑOL	VIDEOJUEGO
the Sorting Hat	el Sombrero Seleccionador	el Sombrero Seleccionador

El *Sorting Hat* tiene la misión de asignar cada estudiante nuevo a una de las casas del colegio. Su nombre hace referencia a la *Sorting Ceremony*, una ceremonia habitual en los *boarding schools* de Inglaterra, en los que los alumnos también son distribuidos en “casas”. Se trata, pues, de una referencia a la cultura inglesa, inexistente en la cultura española.

(...) Professor McGonagall rolled up her scroll and took **the Sorting Hat** away. (Rowling 1997: 91) La profesora McGonagall enrolló el pergamino y se llevó **el Sombrero Seleccionador**. (Rowling 1999: 106)

Videojuego: StoryBook7: Harry se sentó bajo **el Sombrero Seleccionador** esperando que sería elegido para entrar en Gryffindor y no en Slytherin.

LIBRO INGLÉS	LIBRO ESPAÑOL	VIDEOJUEGO
Nimbus Two Thousand broomstick	escoba Nimbus 2.000	escoba Nimbus 2000

Como era de esperar tampoco el nombre de la escoba ha sido elegido al azar. Tanto en la versión original como en la versión traducida se ha mantenido el nombre latino *Nimbus* (Nimbo), cuyo significado es “con lluvia” y que en meteorología suele usarse como prefijo o sufijo para designar nubes que dan lugar a precipitaciones, como por ejemplo los *nimbostratos* o los *cumulonimbos*. La autora, por lo tanto, ha establecido una relación entre el objeto y el cielo, manteniendo de este modo una relación entre su nombre y la función que desempeña: volar.

Observamos en este caso que, mientras que en la versión original en inglés el nombre de la escoba se escribe con letra, en la versión en español de la novela se ha optado por escribir la cifra de forma numérica.

"A **Nimbus Two Thousand**, sit," said Harry, fighting not to laugh at the look of horror on Malfoy's face. "And it's really thanks to Malfoy here that I've got it," he added. (Rowling 1997: 122)

Una **Nimbus 2.000**, señor —dijo Harry, tratando de no reír ante la cara de horror de Malfoy—. Y realmente es gracias a Malfoy que la tengo. (Rowling 1999: 141)

En el caso del videojuego, el localizador ha optado también por la forma numérica para el nombre, obviamente porque resulta más práctico desde el punto de vista de las limitaciones de espacio. Sin embargo, observamos una pequeña diferencia con respecto a la traducción de la novela. Mientras que en ésta se ha utilizado un punto para separar los millares, en el videojuego la cantidad aparece sin punto. De acuerdo con el diccionario panhispánico de dudas

de la RAE<sup>23</sup>, ambas formas son correctas aunque la norma internacional establece que se prescinda de él.

**Videojuego:** storybooknew4a: Contenía una nota de McGonagall explicándole su regalo una bonita y reluciente **escoba Nimbus 2000**.

LIBRO INGLÉS	LIBRO ESPAÑOL	VIDEOJUEGO
Remembrall	Recordadora	Recordadora

El nombre del objeto personal de Neville Longbottom ha sido creado a partir de dos palabras en inglés: *remember* y *all*, lo que en español sería literalmente “recuerda todo”. En español, con el fin de crear una única palabra al igual que ocurría en la versión original, se ha recurrido al sufijo *-ora*, generalmente empleado para designar profesiones o acciones. Así, el nombre “recordadora” nos indica la función del objeto.

Neville was trying to remember what he'd forgotten when Draco Malfoy, who was passing the Gryffindor table, snatched the **Remembrall** out of his hand (Rowling 1997: 108).

Neville estaba tratando de recordar qué era lo que había olvidado, cuando Draco Malfoy que pasaba al lado de la mesa de Gryffindor; le quitó la **Recordadora** de las manos (Rowling 1999: 124).

En el videojuego se ha respetado la solución de la novela en español, por lo que se mantiene “recordadora” como nombre del objeto.

**Videojuego:** harry25: ¡Devuélveme la **Recordadora** de Neville, Malfoy!

---

<sup>23</sup> <http://buscon.rae.es/dpdl/SrvltGUIBusDPD?lema=punto>

LIBRO INGLÉS	LIBRO ESPAÑOL	VIDEOJUEGO
invisibility cloak	capa invisible	Capa de invisibilidad

En este caso nos encontramos ante otro de los objetos mágicos presentes en la historia de Harry Potter. Se trata de una capa capaz de volver invisible a quien se la ponga. Observamos entre las versiones en español del libro y del videojuego una diferencia en lo que respecta a la traducción del nombre. Mientras que en el libro se ha optado por “capa invisible”, el videojuego se refiere a ella como “capa de invisibilidad”, término que se asemeja más al utilizado en el libro original y que también es utilizado en la película.

"It's an **invisibility cloak**," said Ron, a look of awe on his face. "I'm sure it is -- try it on." (Rowling 1997: 148)

—Es una **capa invisible** —dijo Ron, con una expresión de temor reverencial—. Estoy seguro... Pruébatela. (Rowling 1999: 169)

Videojuego: storybooknew12a: Es una **capa de invisibilidad**, dijo Ron. Son muy raras.

LIBRO INGLÉS	LIBRO ESPAÑOL	VIDEOJUEGO
-	-	Petardo Mágico

Asimismo encontramos un objeto relevante en la acción del videojuego que no aparece en ningún momento en el libro original. Se trata de los “petardos mágicos”, que en una escena Malfoy utiliza contra el personaje de Harry para intentar destruirlo.

Videojuego: ingamehelp05: Pulsa la BARRA ESPACIADORA para tirar un **Petardo Mágico**.



### 5.2.1.7. Nombres de hechizos y pociones

El contexto mágico de toda la historia que envuelve a Harry Potter propicia continuas referencias a nombres de hechizos que, en el videojuego cobran una importancia especial, puesto que el usuario deberá aprender a utilizarlos para más tarde ir aplicándolos en las situaciones que corresponda. En el juego aparecen cinco hechizos, de los cuales tan sólo dos de ellos corresponden a hechizos extraídos del libro *Harry Potter y la Piedra Filosofal*.

LIBRO INGLÉS	LIBRO ESPAÑOL	VIDEOJUEGO
Alohomora	Alohomora	Alohomora
Wingardium Leviosa	Wingardium leviosa	Wingardium Leviosa

El hechizo *Alohomora* permite al usuario abrir puertas u objetos que han sido cerrados mediante un encantamiento. De acuerdo con las declaraciones<sup>24</sup> de la autora, en un juicio celebrado contra uno de sus fans, que pretendía publicar una enciclopedia no oficial sobre el léxico de Harry Potter, la palabra que da nombre al hechizo proviene del idioma africano Sidiki, lengua en la cual significa “favorable a los ladrones”.

Alohomora is a Sidiki word from West Africa, and it is a term used in geomancy. It is a figure -- the figure alohomora means in Sidiki "favorable to thieves." Which is obviously a very appropriate meaning for a spell that enables you to unlock a locked door by magic. (Extracto de las declaraciones de Rowling el 14 de abril de 2008).

---

<sup>24</sup> <http://cyberlaw.stanford.edu/system/files/Trial+Transcript+Day+1.txt>

Por su parte, el nombre del hechizo *Wingardium Leviosa*, podría haber sido formado a partir de la raíz latina “levo”, cuyo significado en español es “elevar o levantar”. Esto parece tener sentido si tenemos en cuenta que se trata de un hechizo de levitación.

Como se puede observar, los anteriores hechizos se mantienen igual en las versiones meta que en el original, al igual que otro de los hechizos, que no aparece en la primera entrega de las historias de Harry Potter pero sí en la segunda, *Harry Potter y la Cámara Secreta*.

LIBRO INGLÉS	LIBRO ESPAÑOL	VIDEOJUEGO
Lumos	Lumos	Lumos

Se trata del hechizo Lumos, cuyo nombre probablemente derive de la raíz latina *Lumen* (luz), lo que establecería la relación entre el nombre y el fin del hechizo, que es generar luz.

Con respecto a los otros dos hechizos que aparecen en el videojuego, el “Hechizo Flipendo” y el “Hechizo Incendio”, cabe destacar que éstos no aparecen en ninguno de los siete libros que componen la saga Harry Potter. Tampoco aparece el primero de ellos en ninguna de las películas, mientras que el hechizo Incendio lo encontramos en la sexta película.

#### 5.2.1.8. Títulos de libros

En el libro de Harry Potter observamos una alusión frecuente a títulos de libros, mientras que en el videojuego tan sólo se hace referencia a dos de ellos, a uno en el propio juego y a otro en una de las cartas de magos. En ambos casos, la traducción adoptada en el videojuego se muestra coherente con la ofrecida en el libro en español.

LIBRO INGLÉS	LIBRO ESPAÑOL	VIDEOJUEGO
Fantastic Beasts and Where to Find Them	Animales fantásticos y dónde encontrarlos	Animales fantásticos y dónde encontrarlos
Quidditch Through the Ages	Quidditch a través de los tiempos	Quidditch a través de los tiempos

Como curiosidad podemos destacar el hecho de que cuando la fundación benéfica *Comic Relief* pidió a Rowling que escribiese un cuento sobre Harry Potter para destinar los beneficios a la asociación, ella decidió escribir estos dos libros, que coinciden con los únicos nombrados en el videojuego y cuyo año de publicación fue 2001: *Quidditch a través de los tiempos*, que versa sobre la historia del deporte más famoso entre los magos y *Animales fantásticos y dónde encontrarlos*, en el que se aporta información acerca de las criaturas y animales del mundo mágico de Harry Potter.

Mediante estos dos libros, la autora consigue hacer una referencia a su propia obra, ya que la información expuesta en ellos tan sólo será de utilidad a lectores que hayan leído previamente los libros de la saga Harry Potter.

### 5.2.2. Sistema educativo.

El sistema educativo constituye un referente cultural inequívoco de una determinada sociedad. Como ya hemos indicado anteriormente, la saga Harry Potter contiene una marcada carga cultural británica, que los traductores han querido respetar. En lo referente a la educación, observamos que, al igual que ocurre en el sistema británico, los alumnos de Hogwarts son distribuidos en *houses*, cuya traducción en español ha sido literal pasando éstas a denominarse “casas”.

"The four **houses** are called Gryffindor, Hufflepuff, Ravenclaw, and Slytherin. Each **house** has its own noble history and each has produced outstanding witches and wizards. While you are at Hogwarts, your triumphs will earn your **house** points, while any rulebreaking will lose house points (Rowling 1997: 85).

Las cuatro **casas** se llaman Gryffindor, Hufflepuff, Ravenclaw y Slytherin. Cada **casa** tiene su propia noble historia y cada una ha producido notables brujas y magos. Mientras estéis en Hogwarts, vuestros triunfos conseguirán que las **casas** ganen puntos, mientras que cualquier infracción de las reglas hará que los pierdan (Rowling 1999: 100).

En el videojuego, siguiendo la tónica habitual del localizador, se ha respetado la solución ofrecida por la traductora del libro en español y se mantiene la misma traducción que en la novela.

wizardcardnew24: Helga Hufflepuff. Bruja medieval, fechas desconocidas. Cofundadora de Hogwarts. Una de las cuatro **Casas** de Hogwarts lleva su nombre.

wizardcardnew26: Rowena Ravenclaw. Bruja medieval, fechas desconocidas. Cofundadora de Hogwarts. Una de las cuatro **Casas** de Hogwarts lleva su nombre.

Además el colegio Hogwarts es un *boarding school*, un tipo de colegio interno muy frecuente en el Reino Unido, pero poco habitual para la cultura española. En la contraportada del libro en español se hace referencia a este tipo de colegios.

Harry Potter thinks he is an ordinary boy-until he is rescued by a beetle-eyed giant of a man, enrolls at Hogwarts School of Witchcraft and Wizardry, learns to play Quidditch and does battle in a deadly duel (Rowling 1997).

Harry se siente muy triste y solo, hasta que un buen día recibe una carta que cambiará su vida para siempre. En ella le comunican que ha sido aceptado como alumno en el **colegio interno** Hogwarts de magia y hechicería. (Rowling 1999: contraportada del libro)

Asimismo, Percy, el hermano de Ron, se convierte en “prefecto” (*prefect*), término mediante el cual se designa a los alumnos antiguos más aventajados que gozan de cierta autoridad sobre los alumnos más jóvenes y cuya función es la de ayudar al mantenimiento de una correcta disciplina en el centro.

"Oh, shut up," said Percy **the Prefect** (Rowling 1997: 72). Oh, callaos —dijo Percy, **el prefecto** (Rowling 1999:85).

Aunque en el videojuego no se hace referencia directamente al cargo de Percy, éste se da por sabido y a lo largo del juego vemos cómo el prefecto muestra su autoridad. Ejemplo:

**prefectnew6:** ¿A qué esperas Potter? Perderás puntos, si llegas tarde.

**prefectnew7:** Te meterás en un lío, si no vas a clase.

### 5.2.3. Comida.

El libro original, por su carácter descriptivo, contiene abundantes referencias a alimentos, todos ellos típicos de la gastronomía británica, que se han mantenido en la versión española (*bacon*>tocino, *Pumpkin Pasties*>empanada de calabaza, *treacle tart*>tarta de melaza, *roast turkeys*>pavos asados, *buttered peas*>guisantes con mantequilla, *cranberry sauce*>salsa de moras, *Christmas cake*>pastel de Navidad...).

La avalancha de nombres de alimentos se produce tras la llegada de Harry al colegio, en donde, al contrario que en casa de sus tíos, el joven mago puede disfrutar de grandes banquetes:

Harry's mouth fell open. The dishes in front of him were now piled with food. He had never seen so many things he liked to eat on one table: **roast beef, roast chicken, pork chops and lamb chops, sausages, bacon and steak, boiled potatoes, roast potatoes, fries, Yorkshire pudding, peas, carrots, gravy, ketchup**, and, for some strange reason, **peppermint humbugs** (Rowling 1997: 92).

Harry se quedó con la boca abierta. Los platos que había frente a él de pronto estuvieron llenos de comida. Nunca había visto tantas cosas que le gustara comer sobre una mesa: **carne asada, pollo asado, chuletas de cerdo y de ternera, salchichas, tocino y filetes, patatas cocidas, asadas y fritas, pudín, guisantes, zanahorias, salsa de carne, salsa de tomate** y, por alguna extraña razón, **bombones de menta** (Rowling 1999: 107).

(...)A moment later the desserts appeared. Blocks of **ice cream** in every flavor you could think of, **apple pies, treacle tarts, chocolate eclairs and jam doughnuts, trifle, strawberries, Jell-O, rice pudding** – (Rowling 1997: 93)

Un momento más tarde aparecieron los postres. Trozos de **helados** de todos los gustos que uno se pudiera imaginar; **pasteles de manzana, tartas de melaza, relámpagos de chocolate, rosquillas de mermelada, bizcochos borrachos, fresas, jalea, arroz con leche...**(Rowling 1999: 108)

También durante la cena de navidad observamos la presencia de platos tradicionales en Inglaterra para la celebración de esta fiesta, como los pavos o la salsa de moras.

Harry had never in all his life had such a Christmas dinner. A hundred fat, **roast turkeys**; mountains of **roast and boiled potatoes**; platters of chipolatas; tureens of **buttered peas**, silver boats of thick, rich **gravy and cranberry sauce** -- and stacks of wizard crackers every few feet along the table. (Rowling 1997: 149)

Harry no había celebrado en su vida una comida de Navidad como aquella. Un centenar de **pavos asados**, montañas de **patatas cocidas y asadas**, soperas llenas de **guisantes con mantequilla**, recipientes de plata con una grasa riquísima y **salsa de moras**, y muchos huevos sorpresa esparcidos por todas las mesas.(...) (Rowling 1999: 170)

En la cultura inglesa todos esos platos suelen ir seguidos del postre casero tradicional, “pudín de Navidad”, una especie de bizcocho hecho con pasas y frutos secos, que se flambea con brandy antes de ser servido. Tradicionalmente, las familias solían introducir una moneda de plata en la masa, que traería suerte al comensal que lo encontrase introducido entre el trozo de bizcocho que le hubiese tocado.

Flaming **Christmas puddings** followed the turkey. Percy nearly broke his teeth on a silver Sickle embedded in his slice (Rowling 1997: 150).

A los pavos les siguieron los **pudines de Navidad**, flameantes. Percy casi se rompió un diente al morder un *sickle* de plata que estaba en el trozo que le tocó. (...) (Rowling 1999: 170)

En el videojuego, por el contrario, la aparición de alimentos no es frecuente y tan sólo se da relevancia a dos de ellos.

LIBRO INGLÉS	LIBRO ESPAÑOL	VIDEOJUEGO
Bettie Bott's Every Flavor Beans	Grageas Bertie Bott de Todos los Sabores	Gragea Bertie Bott de Todos los Sabores
Chocolate Frogs	ranas de chocolate	ranas de chocolate

Las grageas Bertie Bott de Todos los Sabores forman parte de las misiones que los gemelos encargan al usuario, mientras que la importancia de las ranas de chocolate en el juego radica en que éstas son fuente de energía.

#### 5.2.4. Criaturas fantásticas.

En el primer libro de Harry Potter se alude continuamente a criaturas fantásticas. Éstas, en su mayoría, aparecen o son nombradas también en el videojuego.

LIBRO INGLÉS	LIBRO ESPAÑOL	VIDEOJUEGO
Dragon	Dragón	dragón
Booger	Duende	duende
Centaur	Centauros	centauro
Unicorns	Unicornios	unicornio
Trolls	Trols	Trol

Como se puede constatar a partir de los ejemplos, todas estas criaturas, que en el videojuego tan sólo son nombradas, mantienen la misma traducción que la que encontramos en la novela en español.

So now they had something else to worry about: what might happen to Hagrid if anyone found out he was hiding an illegal **dragon** in his hut (Rowling 1997: 171). Así que ya tenían algo más de qué preocuparse: lo que podía sucederle a Hagrid si alguien descubría que ocultaba un **dragón** ilegal en su cabaña (Rowling 1999: 194).

**Videojuego:** StoryBook17: Harry, Ron y Hermione pasaban la mayor parte de su tiempo libre en la cabaña de Hagrid, intentando convencerlo de que no podía quedarse con Norberto, su adorado **dragón**.

"You want to be careful with those," Ron warned Harry. "When they say every flavor, they mean every flavor -- you know, you get all the ordinary ones like chocolate and peppermint and mar- malade, but then you can get spinach and liver and tripe. George reckons he had a **booger**flavored one once." (Rowling 1997: 78) Tienes que tener cuidado con esas —lo previno Ron—. Cuando dice «todos los sabores», es eso lo que quiere decir. Ya sabes, tienes todos los comunes, como chocolate, menta y naranja, pero también puedes encontrar espinacas, hígado y callos. George dice que una vez encontró una con sabor a **duende** (Rowling 1999: 91).

**Videojuego:** studentboynew55: Esos **duendes** son unos seres endiablados, ¿verdad?

"Never," said Hagrid irritably, "try an' get a straight answer out of a **centaur**. Ruddy stargazers. Not interested in anythin' closer'n the moon." (Rowling 1997: 185) Nunca —dijo irritado Hagrid— tratéis de obtener una respuesta directa de un **centauro**. Son unos malditos astrólogos. No se interesan por nada más cercano que la luna (Rowling 1999: 210).

**Videojuego:** StoryBook24: Harry fue rescatado en el momento preciso por el **centauro**, Firenze, y montó a lomos de éste para salvarse.

"No, no -here, ebony and **unicorn** hair, eight and a half inches, springy. Go on, go on, try it out." (Rowling 1997: 65) No, no... Ésta. Ébano y pelo de **unicornio**, veintiún centímetros y medio. Elástica. Vamos, vamos, inténtalo (Rowling 1999: 76).

**Videojuego:** StoryBook25: Firenze le explicó que la sangre del **unicornio** tenía el poder de mantener con vida al que estuviera a un paso de la muerte.



They edged toward the open door, mouths dry, praying the **troll** wasn't about to come out of it. With one great leap, Harry managed to grab the key, slam the door, and lock it (Rowling 1997: 129).

Se acercaron hacia la puerta abierta con la boca seca, rezando para que el **trol** no decidiera salir. De un gran salto, Harry pudo empujar la puerta y echarle la llave (Rowling 1999: 148).

**Videojuego:** StoryBook41: Fue la mejor noche en la vida de Harry. Mejor que ganar al Quidditch o la Navidad o acabar con los **trolls** de la montaña. Nunca jamás olvidaría esa noche.

Además, en una de las cartas de mago del videojuego se hace referencia al “basilisco”, otro animal mitológico, del que no se habla ni en la primera entrega del libro ni de la película, pero sí en la segunda.

LIBRO INGLÉS	LIBRO ESPAÑOL	VIDEOJUEGO
Basilisk	Basilisco	Basilisco

#### 5.2.5. Mitos y Leyendas.

En la atmósfera de magia que se respira a lo largo de toda la historia de Harry Potter tienen cabida, por supuesto, los mitos y leyendas. A continuación exponemos las dos principales, la Piedra Filosofal y el Elixir de la Vida que, por supuesto, aparecen en el videojuego y desempeñan un papel clave en el desarrollo de la acción.

La importancia de ambas sustancias radica en la suposición de que ambas tienen la capacidad de convertir en inmortal a quien se haga con ellas, de ahí que el malvado Voldemort ansíe conseguirla y el protagonista Harry deba impedirselo.

LIBRO INGLÉS	LIBRO ESPAÑOL	VIDEOJUEGO
Philosopher's Stone	Piedra Filosofal	Piedra Filosofal

La Piedra Filosofal es un elemento de gran valor, ya que forma parte del título de la primera entrega de Harry Potter, por lo que los lectores y usuarios intuyen su importancia desde el principio. A pesar de que el libro original había sido originariamente publicado en Inglaterra, por lo que estaba escrito en inglés, a la hora de comercializarlo en el mercado estadounidense, la editorial Scholastic pensó que su público podía no estar demasiado familiarizado con el término *Philosopher's Stone*, por lo que decidió cambiarlo por *Sorcerer's Stone* (Piedra del Hechicero). Esto supuso posteriormente algunas dificultades para el rodaje de la película, puesto que cada vez que se hacía referencia a la piedra la escena debía ser rodada dos veces<sup>25</sup>.

Para la elaboración del presente trabajo hemos manejado la versión original británica, de ahí que en nuestros ejemplos del libro original se haga siempre referencia a la *Philosopher's Stone*. En el caso del español, observamos que tanto en la novela como en el videojuego también se ha mantenido la referencia original de la versión británica, por lo que se habla también de *Piedra Filosofal*.

"Nicolas Flamel," she whispered dramatically, "is the only known maker of the **Philosopher's Stone!**" (Rowling 1997: 161) >—

Nicolás Flamel —susurró con tono teatral— es el único descubridor conocido de la **Piedra Filosofal** (Rowling 1999: 183).

**Videojuego:** 141RonB4: ¡Harry! Creo que alguien está intentando robar la **Piedra Filosofal**.

<sup>25</sup> <http://www.mundopotter.com/informacion/curiosidadeshp.htm>

LIBRO INGLÉS	LIBRO ESPAÑOL	VIDEOJUEGO
the Elixir of Life	el Elixir de la Vida	Elixir de la Vida

El Elixir de la Vida es una poción creada a partir de la Piedra Filosofal, capaz de hacer inmortal a quien la beba. Se trata de una sustancia que ha tenido una gran influencia a lo largo de toda la historia, con diferentes alquimistas que trataron de conseguirlo. Su traducción no presenta ninguna dificultad, puesto que su versión en español se asemeja, en gran medida, al término inglés, por lo que se ha efectuado una traducción literal.

"Ah, now, I'm glad you asked me that. It was one of my more brilliant ideas, and between you and me, that's saying something. You see, only one who wanted to find the Stone -- find it, but not use it -- would be able to get it, otherwise they'd just see themselves making gold or drinking **Elixir of Life**(Rowling 1997: 217)

Ah, bueno, me alegro de que me preguntes eso. Fue una de mis más brillantes ideas y, entre tú y yo, eso es decir mucho. Sabes, sólo alguien que quisiera encontrar la Piedra, encontrarla, pero no utilizarla, sería capaz de conseguirla. De otra forma, se verían haciendo oro o bebiendo el **Elixir de la Vida**.(...) (Rowling 1999: 246-247)

En el caso del videojuego en español, de nuevo se observa una coherencia con las soluciones adoptadas por la traductora de la novela, por lo que se ha empleado el término que aparece en el libro en español. Además, en este caso, dada la importancia de este elemento en la historia, resulta imprescindible que el localizador se mantenga fiel a la traducción de la novela. Por lo tanto, comprobamos, una vez más, la importancia de una buena labor de documentación.

storybooknew28b: Hermione, Ron y Harry investigaron el secreto de la Piedra Filosofal producía el **Elixir de la Vida**, una poción de inmortalidad.

### 5.2.6. Neologismos.

La saga Harry Potter se caracteriza por la frecuente presencia de neologismos que evocan, por lo general, objetos pertenecientes al mundo mágico. Así, encontramos elementos que pertenecen al ámbito del deporte que se practica en el colegio Hogwarts.

LIBRO INGLÉS	LIBRO ESPAÑOL	VIDEOJUEGO
Quidditch	<i>quidditch</i>	Quidditch
Bludgers	<i>Bludgers</i>	Bludgers
Quaffle	<i>Quaffle</i>	Quaffle
Snitch	<i>Snitch</i>	Snitch

El Quidditch es “el deporte más popular en el mundo mágico, que se jugaba con seis altos postes que hacían de porterías, cuatro balones voladores y catorce jugadores en escobas” (Rowling 2000:9) y su nombre hace referencia al pantano donde fue inventado, el pantano *Queerditch (Queerditch Marsh)*.

Conociendo la afición de la autora Rowling por los juegos de palabras, podríamos pensar que el nombre del juego Quidditch responde a una combinación de las letras de los tipos de balones que se usan durante un partido, o podría simplemente tratarse de una coincidencia, aunque esto nunca ha sido corroborado por la autora del libro.

**Quaffle + Bludger + Snitch** : Quidditch.

**Quidditch** trials will be held in the second week of term. Anyone interested in playing for their house teams should contact Madam Hooch (Rowling 1997: 94).

Las pruebas de **quidditch** tendrán lugar en la segunda semana del curso. Los que estén interesados en jugar para los equipos de sus casas, deben ponerse en contacto con la señora Hooch (Rowling 1999: 110).

Videojuego: prefectnew18: Sigue con las clases de vuelo, Potter y tal vez un día puedas formar parte del equipo de **Quidditch**.

Los *bludgers*, la *quaffle* y la *snitch* son los tipos de balones que se usan en el juego. Como es habitual en la autora, sus nombres tampoco han sido escogidos al azar, sino que aportan información sobre la función que desempeñan en el juego.

La palabra *bludger*, por ejemplo, ha sido creada a partir del verbo inglés *bludgeon* (aporrear, apalear), lo que se ajusta a la función que cumplen este tipo de balones que vuelan por el campo intentando golpear a los jugadores. Los encargados de desviar estas pelotas serán los “golpeadores” que, ayudándose de sus bates, intentarán proteger a sus compañeros, lanzándolas contra los jugadores del equipo contrario. En español la relación entre la palabra y el verbo del que procede se pierde y resulta imposible para los lectores o usuarios meta asociar el nombre de esta pelota con su función en el juego.

"See?" Wood panted, forcing the struggling **Bludger** back into the crate and strapping it down safely. "The **Bludgers** rocket around, trying to knock players off their brooms. That's why you have two Beaters on each team -- the Weasley twins are ours -- it's their job to protect their side from the **Bludgers** and try and knock them toward the other team. So -- think you've got all that?" (Rowling 1997: 124-125)

¿Ves? —dijo Wood jadeando, metiendo la pelota en la caja a la fuerza y asegurándola con las tiras—. Las *bludgers* andan por ahí, tratando de derribar a los jugadores de las escobas. Por eso hay dos golpeadores en cada equipo (los gemelos Weasley son los nuestros). Su trabajo es proteger a su equipo de las *bludgers* y desviarlas hacia el equipo contrario. ¿Lo has entendido? (Rowling 1999: 143)

Videojuego: 127LeeJordan3: Cuidado con las **bludgers**. ¡Son pelotas encantadas que pueden tirarte de la escoba! Hay dos golpeadores en cada equipo que intentan mantenerlas alejadas.

La *quaffle* es manejada por los cazadores, que intentarán colarla a través de los aros del equipo contrario, que, a su vez, estarán custodiados por el guardián. En este caso, al haberse mantenido también el neologismo original en

las versiones meta, los lectores o usuarios españoles tienen la impresión, de nuevo, de leer un texto con palabras extranjeras, aún cuando en la lengua original tampoco tiene significado alguno.

"Three Chasers try and score with the **Quaffle**; the Keeper guards the goal posts; the Beaters keep the Bludgers away from their team," Harry reeled off. (Rowling 1997: 125)

Tres cazadores tratan de hacer puntos con la **quaffle**, el guardián vigila los aros y los golpeadores mantienen alejadas las *bludgers* de su equipo — resumió Harry. (Rowling 1999: 143)

**Videojuego:** 127LeeJordan2: El campo de Quidditch tiene tres porterías a cada extremo. Tres cazadores lanzan la **quaffle** e intentan pasarla por los aros para marcar.

La última pelota es la *snitch*, la pelota más pequeña y más veloz de todas, que será perseguida por los buscadores. El nombre de esta pelota nos recuerda al verbo inglés *to snatch* (atrapar), que precisamente es lo que los buscadores deben hacer con la pelota. No obstante, no hemos podido demostrar relación alguna entre ambos términos. En español, desde luego, esta palabra no permite crear ningún tipo de asociación entre la pelota y su función en el juego.

(...)A game of Quidditch only ends when the **Snitch** is caught, so it can go on for ages -- I think the record is three months, they had to keep bringing on substitutes so the players could get some sleep (Rowling 1997: 125).

Un partido de *quidditch* sólo termina cuando se atrapa la **snitch**, así que puede durar muchísimo. Creo que el record fue tres meses. Tenían que traer sustitutos para que los jugadores pudieran dormir... (Rowling 1999: 143)

**Videojuego:** 127LeeJordan4: El nuevo buscador del equipo de Gryffindor es Harry Potter. Su misión consiste en encontrar y atrapar la **snitch** dorada.

Asimismo, existe otro neologismo que desempeña un factor clave a lo largo de toda la historia y que, como los anteriores, se ha mantenido exactamente igual que en el original.

LIBRO INGLÉS	LIBRO ESPAÑOL	VIDEOJUEGO
Muggles	<i>Muggles</i>	muggles

Los *muggles* son personas que no tienen ni una gota de sangre mágica en las venas (Rowling 2000: 11).

Este neologismo podría haber sido formado a partir de la palabra “mug”, una forma coloquial de “idiota”, con el fin de destacar el sentimiento de superioridad de los magos hacia el resto de la gente.

Tanto en la versión en español de la novela como en la del videojuego, este término se ha conservado tal y como aparece en la versión original, por lo que la referencia implícita a la inferioridad de los *muggles* con respecto a los magos se pierde y pasa totalmente desapercibida para los lectores y usuarios meta.

(...)“A fine thing it would be if, on the very day YouKnow-Who seems to have disappeared at last, the **Muggles** found out about us all. I suppose he really has gone, Dumbledore?” (Rowling 1997: 13)

Sería extraordinario que el mismo día en que Quien-usted-sabe parece haber desaparecido al fin, los *muggles* lo descubran todo sobre nosotros. Porque realmente se ha ido, ¿no, Dumbledore? (Rowling 1999: 16)

Aunque en la novela este término aparece en repetidas ocasiones, no ocurre lo mismo en el videojuego donde tan sólo lo encontramos al inicio como parte del texto que narra la historia.

**Videojuego:** StoryBook2: Mientras los confiados **muggles** dormían, una enorme moto con un gigante montado aterrizó en la oscuridad.

En el videojuego debemos destacar también la presencia de un neologismo presente en el segundo libro de Harry Potter. Se trata de los *polvos flu* que en el juego son nombrados en una de las cartas de magos, que deberá ir recogiendo el usuario.

LIBRO INGLÉS	LIBRO ESPAÑOL	VIDEOJUEGO
Floo poder	polvos <i>flu</i>	Polvos flu

Este término esconde un juego de palabras entre la pronunciación de *floo* y la de las palabras *flue* (chimenea) o *flew* (pasado del verbo volar), ya que lo que permiten precisamente estos polvos es que los personajes se transporten de un sitio a otro a través de chimeneas como si volaran. En la traducción española dicho juego de palabras se pierde y el nombre del término no guarda relación alguna con su función.

Videojuego: wizardcardnew22: Ignatia Wildsmith. 1227 1320. Bruja que inventó los **polvos flu**.

#### 5.2.7. Léxico dialectal y acentos.

En la versión inglesa del libro *Harry Potter y la Piedra Filosofal*, uno de sus personajes, Hagrid, se expresa mediante un inglés vulgar. Sin embargo, esto no sucede ni en la versión española del libro ni en el videojuego, en los que el guardián habla un español estándar de un registro superior al que manejaba en la obra original. Por lo tanto, esta solución traductológica provoca que en la versión traducida se produzca una pérdida de caracterización de dicho personaje.

Well, it's best yeh know as much as I can tell yeh -- Bueno, es mejor que sepas todo lo que yo puedo



mind, I can't tell yeh everythin', it's a great myst'ry, parts of it.... (Rowling 1997:44)

decirte... porque no puedo decírtelo todo. Es un gran misterio, al menos una parte... (Rowling 1999:52)

### Videojuego:

121HagridA1: Hola, Harry, soy yo, Hagrid. Me alegro de verte. Estos son los terrenos del castillo de Hogwarts y yo soy el guardabosques.

hagridseeds22:Pásate luego a tomar el té, cuando acabes las clases.

hagridseeds19: Será mejor que te vayas a la clase de Herbología. Si llegas tarde, te quitarán puntos, ¿lo sabes?

### 5.2.8. Humor

A pesar de que la historia de *Harry Potter y la Piedra Filosofal* pertenece al género de aventura, ésta contiene algunos toques de humor, principalmente en los diálogos del *poltergeist* Peeves. No obstante, encontramos algunas diferencias con respecto al libro y al videojuego, mientras que en el primero las frases que pronuncia el fantasma suelen tener algún tipo de rima, en el videojuego esto no ocurre y la actitud de Peeves se asemeja más al comportamiento burlón que adopta en el segundo libro.

LIBRO INGLÉS	LIBRO ESPAÑOL	VIDEOJUEGO
Tut, tut, tut. Naughty, naughty, you'll get caughty.	No, no, no. Malitos, malitos, os agarrarán del cuellecito. (Rowling 1999:135)	
		Si te miras al espejo, seguro que se hace trizas.
		Joven Potter, eres feo, ¿qué le vamos a hacer?

### 5.2.9. Iconos

En el videojuego, al igual que en la película, los elementos visuales cobran una relevancia especial. Además éste, al haber obtenido los derechos a partir de la película, contiene muchos elementos visuales que se asemejan en gran medida a los que aparecen en el largometraje.

El primer caso es el de los personajes, que como veremos a continuación, guardan un parecido bastante razonable con los actores de la película. En los siguientes ejemplos que presentamos, las imágenes de la derecha pertenecen a la película mientras que las de la izquierda son imágenes extraídas del videojuego.

#### Harry Potter



Figura 82: Harry Potter en la película.



Figura 83: Harry Potter en el videojuego.

## Hermione Granger



Figura 84: Hermione en la película.



Figura 85: Hermione en el videojuego.

## Ron Weasley



Figura 86: Ron en la película.



Figura 87: Ron en el videojuego.

## Malfoy, Crabbe y Goyle



Figura 88: Malfoy, Crabbe y Goyle en la película.



Figura 89: Malfoy, Crabbe y Goyle en el videojuego.

## Hagrid



Figura 90: Hagrid en la película.



Figura 91: Hagrid en el videojuego.

## Albus Dumbledore



Figura 92: Dumbledore en la película.



Figura 93: Dumbledore en el videojuego.

## Profesora McGonagall



Figura 94: McGonagall en la película.



Figura 95: McGonagall en el videojuego.

## Señora Hooch



Figura 96: Señora Hooch en la película.



Figura 97: Señora Hooch en el videojuego.

## Profesor Snape



Figura 98: Snape en la película.



Figura 99: Snape en el videojuego.

## Profesor Quirrell



Figura 100: Quirrell en la película.



Figura 101: Quirrell en el videojuego.

Asimismo, encontramos en el videojuego algunas escenas iguales a las de la película.

Harry persigue a Malfoy para recuperar la recordadora que éste le ha quitado a Neville Longbottom.



Figura 102: escena película.



Figura 103: escena videojuego.

Un trol aparece en los baños del colegio y Harry y Ron tratan de reducirlo.



Figura 104: escena película.



Figura 105: escena videojuego.

Harry descubre el Espejo de Oesed.



Figura 106: escena película.



Figura 107: escena videojuego.



Harry juega una partida de ajedrez mágico para conseguir atravesar una sala.



Figura 108: escena película.



Figura 109: escena videojuego.

Harry se enfrenta a Voldemort frente al espejo de Oesed para evitar que se haga con la Piedra Filosofal.



Figura 110: escena película.



Figura 111: escena videojuego.

Por lo que respecta a los símbolos que representan cada una de las casas de Hogwarts, tanto los colores como el emblema en sí se mantienen igual en el videojuego que en la película.



Figura 112: Símbolos casas en el videojuego.

Otro caso en el que encontramos un referente iconográfico de la película es el caso de “la dama gorda”, que custodia la entrada a la sala común de Gryffindor y a la que, durante el videojuego, no se hace ninguna referencia explícita, pero sí podemos ver su imagen de fondo mientras los personajes hablan.

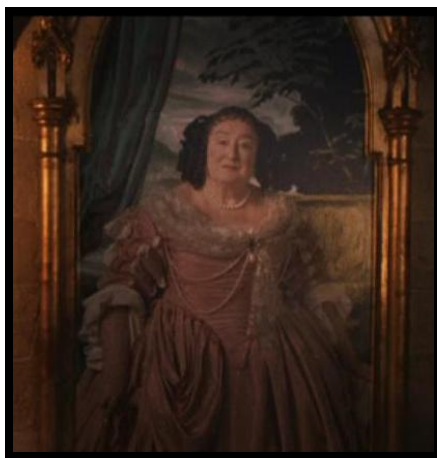


Figura 113: Dama gorda en la película.

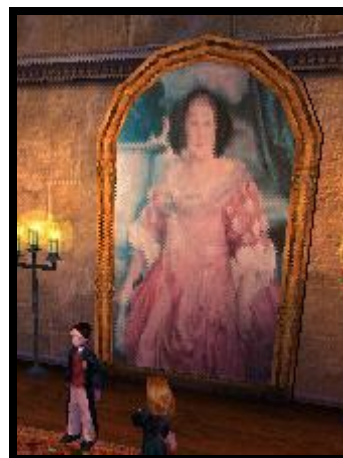


Figura 114: Dama gorda en el videojuego.

### 5.2.10. Formatos de números

En el videojuego objeto del presente estudio encontramos dos tipos de números: los que se van registrando a medida que el usuario va superando con éxito los diferentes desafíos y los números que forman parte del propio hilo argumental de la historia.

En lo que respecta a los números que forman parte de los diálogos o de la narración, el primer ejemplo que encontramos hace referencia al andén del que debe partir el tren que lleva a la escuela de magia. Observamos que en la versión en español de la novela se ha efectuado una traducción literal del original en inglés y las cantidades numéricas aparecen también escritas con letra.

LIBRO INGLÉS	LIBRO ESPAÑOL	VIDEOJUEGO
platform <b>nine and three-quarters</b>	andén <b>nueve y tres cuartos</b>	andén <b>nueve tres cuartos</b>

I just take the train from platform **nine and three-quarters** at eleven o'clock, he read (Rowling 1997: 68).

Tengo que coger el tren que sale del **andén nueve y tres cuartos**, a las once de la mañana —leyó (Rowling 1999: 80).

En el caso de la localización del videojuego, aunque los números también aparecen de forma escrita, apreciamos una pequeña diferencia con respecto al libro traducido. Mientras que en la novela se ha introducido la conjunción copulativa “y” para separar los números, en el videojuego el localizador ha optado por prescindir de ella.

**Videojuego:** StoryBook50: Poco después, Harry tomó el Expreso de Hogwarts en el **andén nueve tres cuartos**, dejando el mundo muggle bien atrás.

En el segundo ejemplo, la traductora del libro nuevamente opta por escribir el número con letra efectuando una traducción literal del texto de la novela original.

LIBRO INGLÉS	LIBRO ESPAÑOL	VIDEOJUEGO
vault <b>seven hundred and thirteen</b>	cámara <b>setecientos trece</b>	Cámara <b>713</b>

"It's about the YouKnow-What in **vault seven hundred and thirteen**." (Rowling 1997: 57)      Es sobre lo-que-usted-sabe, en la **cámara setecientos trece** (Rowling 1999: 68).

En el videojuego, sin embargo, observamos una diferencia con respecto a la versión de la novela traducida. Como se puede observar en el ejemplo, mientras que la traductora del libro se muestra fiel al original y escribe el número en letra, el localizador, probablemente debido a restricciones de espacio y para facilitar la lectura del usuario, opta por escribirlo con números cardinales. Por lo tanto, en este caso, no se puede atribuir la diferencia entre las versiones meta a una falta de documentación, sino que al tratarse de un detalle mínimo que no influye en el desarrollo de la acción ni puede dar lugar a confusión, por razones técnicas, se ha optado por realizar un ligero cambio en la versión meta del videojuego.

**Videojuego:** storybooknew20: Hagrid llevó a Harry al Callejón Diagon para comprar una lista de material escolar de lo más rara. Mientras estaban en Gringotts, el banco de los magos, Hagrid recogió un paquete arrugado de la **Cámara 713** y le mencionó a Harry que el paquete (fuera lo que fuera) estaría más seguro en Hogwarts.

Con respecto a los números ordinales, un buen ejemplo lo encontramos en la referencia a uno de los pisos del colegio, el tercer piso, que goza de un peso importante en toda la historia. Tanto la versión del libro como la del videojuego han optado por la misma versión y dejan el número escrito en letra.

LIBRO INGLÉS	LIBRO ESPAÑOL	VIDEOJUEGO
<b>third-floor</b> corredor	pasillo del <b>tercer piso</b>	pasillo del <b>tercer piso</b>

And finally, I must tell you that this year, the **third-floor** corridor on the right-hand side is out of bounds to everyone who does not wish to die a very painful death. (Rowling 1997: 94-95)

Y por último, quiero decir que este año el pasillo del **tercer piso**, del lado derecho, está fuera de los límites permitidos para todos los que no deseen una muerte muy dolorosa. (Rowling 1999: 110)

**Videojuego:** storybooknew21: Dumbledore se levantó. Este año, el pasillo del **tercer piso** está fuera de los límites para todo aquel que no quiera sufrir una muerte dolorosa.

El otro ejemplo de números tiene que ver, como indicábamos, con los puntos que los personajes del videojuego van asignando al protagonista en función de cómo haya realizado una determinada prueba. Estos números aparecen siempre escritos en su forma cardinal.

SPROUT059: ¡**10** puntos para Gryffindor!

QUIRRELL041: ¡Has rrecogido todas las Estrellas del Desafío! ¡**20** ppuntos para Ggryffindor!

FLITWICK022: Has recogido el número necesario de Estrellas del Desafío. **5** puntos para Gryffindor. ¡Ahora márchate!

### 5.2.11. Aspectos legales

La calificación del videojuego objeto de nuestro análisis (apto para todos los públicos) implica que no contiene ningún tipo de violencia, pornografía o lenguaje soez. Para que el videojuego haya podido obtener la misma calificación que el original, el localizador ha debido respetar todos estos aspectos.

Además en lo que respecta al contenido de los textos legales, éste ha tenido que ser también adaptado a nuestra legislación, sobre todo en los casos en los que se hace referencia a un artículo legal en concreto. En el manual del videojuego encontramos un ejemplo de este tipo de adaptación cultural:

La copia de software es un delito establecido en los artículos 270 y siguientes del Código Penal.

En lo que respecta a los avisos de copyright, que encontramos en el manual del videojuego, en la caja y en la pantalla de inicio del videojuego, éstos también han sido redactados en español.

Software y Documentación © 2001 Electronic Arts Inc. Todos los derechos reservados. Electronic Arts, EA GAMES y el logo de EA GAMES son marcas comerciales o registradas de Electronic Arts Inc. en Estados Unidos y/u otros países. Todos los derechos reservados.

Asimismo en la información sobre el soporte técnico que facilita *Electronic Arts* en el manual del videojuego, se indica un número de teléfono nacional, así como la dirección de la oficina de atención al usuario situada en territorio nacional.

Si tienes alguna duda sobre este producto, el servicio de atención al usuario de Electronic Arts Software puede ayudarte. Llámanos de Lunes a Viernes al teléfono 91 754 55 40 de 10:00 a 14:00 y de 16:00 a 19:00, horario de nuestras oficinas.

### 5.2.12. Otro tipo de referencias culturales

Introducimos en esta categoría las referencias culturales que no encajan en los demás tipos comentados anteriormente. Al igual que ocurría en otras categorías, el libro presenta más ejemplos de los que podemos encontrar en el videojuego, puesto que éste debido a sus objetivos concretos, se ve obligado a omitir gran parte de los detalles que se aprecian en la obra original. Un ejemplo muy representativo de diferencias culturales que nos ha llamado la atención en los libros, pero que no aparece en el videojuego, es el siguiente:

flop of letters on the doormat.  
(Rowling 1997: 29 )

cartas que caían sobre el felpudo.  
(Rowling 1999:36)

En la cultura británica es muy común que el cartero deje las cartas sobre el felpudo de la puerta principal, mientras que en España esto no ocurre y las cartas las recibimos en nuestro buzón. Nos encontramos, por lo tanto, ante una referencia cultural que no ha sido adaptada a la cultura meta, probablemente para mantener la fuerte carga cultural británica presente a lo largo de toda la historia.

Sin embargo, dado que dicho extracto del libro simplemente formaba parte de uno de los numerosos textos descriptivos de la novela, en el videojuego, dada su naturaleza interactiva, se ha omitido esta referencia cultural que no aporta ningún tipo de información relevante para el desarrollo de la acción.

Con respecto a las referencias culturales que sí aparecen tanto en los libros como en el videojuego encontramos dos ejemplos:

LIBRO INGLÉS	LIBRO ESPAÑOL	VIDEOJUEGO
Halloween	Halloween	Halloween

La fiesta de Halloween es también conocida como la fiesta de las brujas y tiene lugar la noche del 31 de octubre. Se trata de una festividad originaria de los países anglosajones, aunque en la actualidad se ha expandido en cierta medida a los países occidentales sin haber llegado, de momento, a tener la misma importancia que en los primeros. Así, no es extraño que muchos de los acontecimientos importantes de la saga Harry Potter hayan tenido lugar en Halloween. Algunos de los sucesos principales que conocemos en *Harry Potter y la Piedra Filosofal* ocurridos en dicha fecha son: la muerte de los padres de Harry a manos de Voldemort, el intento de robar la piedra filosofal y la aparición de un troll en el colegio Hogwarts.

Maybe he thought he could persuade 'em... maybe he just wanted 'em outta the way. All anyone knows is, he turned up in the village where you was all living, on **Halloween** ten years ago. You was just a year old. He came ter yer house an' -- an' -- (Rowling 1997: 45).

Tal vez pensó que podía persuadirlos... O quizá simplemente quería quitarlos de en medio. Lo que todos saben es que él apareció en el pueblo donde vosotros vivíais, el día de **Halloween**, hace diez años. Tú tenías un año. Él fue a vuestra casa y... y... (Rowling 1999: 53).

En el videojuego la relevancia de esta fiesta para la acción es menor. Tan sólo es nombrada por un profesor y sirve de indicio para que el usuario sepa que a continuación vendrá la aparición del troll en el colegio.

Snape05: He terminado la lección sin ti, Potter. Los otros alumnos se han marchado a la fiesta de **Halloween**. Vete con ellos, si puedes.



LIBRO INGLÉS	LIBRO ESPAÑOL	VIDEOJUEGO
Daily Prophet	El Profeta	El Profeta

En este caso, la autora del libro original crea para su mundo mágico un periódico al que llama *Daily Prophet*, por asociación con algunos periódicos de éxitos en el mundo anglosajón como *Daily Telegraph* o *Daily Mirror*. En el caso del español se produce una adaptación cultural con el fin de acercar el nombre del diario a los presentes en la lengua meta. Así, el periódico más leído por los magos pasa a denominarse *El Profeta* siguiendo la pauta de los nombres de los rotativos españoles de más éxito, como por ejemplo *El País*, *El Mundo*, *El Marca...*

(...) "Did you hear about Gringotts? It's been all over the **Daily Prophet**, but I don't suppose you get that with the Muggles -- someone tried to rob a high security vault." (Rowling 1997: 80)

¿Te enteraste de lo que pasó en Gringotts? Salió en **El Profeta**, pero no creo que las casas de los *muggles* lo reciban: trataron de robar en una cámara de alta seguridad (Rowling 1999: 93).

En la localización del videojuego se mantienen las soluciones adoptadas por la traductora de la novela.

111StudentBoySeamus5: Acabo de leer en **El Profeta** que han asaltado Gringotts, el banco de los magos. ¿Quién habrá sido?

### 5.3. Aspectos extralingüísticos

#### 5.3.1. Doblaje

Todas las voces del videojuego objeto de nuestro análisis han sido dobladas al español, respetando en la medida de lo posible los tres tipos de sincronía enumerados por Agost (1999): de caracterización, de contenido y visual.

#### 5.3.2. Subtitulado

Además de voces dobladas al español, el videojuego de *Harry Potter y la Piedra Filosofal* cuenta con subtítulos de todos los diálogos. Tan sólo se prescinde de ellos en el caso en el que haya voces dobladas de fondo que no entablan ningún diálogo con el protagonista, como por ejemplo, las intervenciones del comentarista de los partidos de *quidditch*.

#### 5.3.3. Música

Comprobamos a lo largo del videojuego la presencia de los cinco tipos de música enunciados por Formoso (2008:66).

- a) Música de acompañamiento: presente mientras el personaje debe realizar alguna tarea. También cuando asociamos una determinada música a algún personaje, como ocurre en el caso de los gemelos Weasley, a quienes siempre acompaña la misma música alegre y desentendida, para hacer referencia a su carácter bromista.

- b) Música de ambiente: mediante sonidos que ayudan a recrear la atmósfera pretendida. Generalmente la encontramos cuando el personaje llega a un entorno nuevo.
- c) Música de tensión: muy habitual en el videojuego objeto del presente análisis. Encontramos este tipo de música cuando aparecen los duendes que constituyen un peligro para Harry y también cuando aparece el profesor Snape para proporcionar una sensación de misterio y proporcionar una cierta intranquilidad al usuario.
- d) Música de acción: podría confundirse con la de acompañamiento. Consideramos que este tipo de música está presente cuando el personaje debe realizar algún ejercicio que le proponen otros personajes, como por ejemplo, hacer prácticas de vuelo con la escoba o también en los partidos de quidditch.
- e) Música de resolución: música que indica la finalización con o sin éxito de una tarea. La encontramos al final de los partidos de quidditch y también al final del videojuego tras la lucha de Harry contra Voldemort.

En todos los casos las músicas eran instrumentales por lo que no han supuesto ninguna dificultad añadida para la localización.



**CAPÍTULO 6:**

**PRESENTACIÓN DE RESULTADOS**

**DEL ANÁLISIS DEL VIDEOJUEGO**

**HARRY POTTER Y LA PIEDRA FILOSOFAL**



Una vez concluido el análisis del videojuego *Harry Potter y la Piedra Filosofal*, y tras compararlo con la versión en español de la novela, obtenemos los resultados que exponemos a continuación.

En primer lugar, comprobamos la validez de nuestra propuesta de clasificación de los aspectos más relevantes durante la localización de un videojuego. Observamos la presencia de todos los tipos textuales que distinguimos para cualquier proceso de localización de un videojuego y comprobamos que, en lo referente a los aspectos lingüísticos, la localización del guión de un videojuego presenta muchas características en común con la traducción literaria, con la traducción de software y con la traducción audiovisual.

El objeto de estudio de nuestro trabajo de campo era un caso muy concreto, puesto que analizábamos un videojuego que había surgido a partir de otro producto, una novela. Tras jugar al videojuego, observamos que se asemejaba, en gran medida, a la película, incluso más que al libro, por lo que continuamos investigando y descubrimos que dicha similitud se debía a que los derechos de la saga *Harry Potter* fueron comprados por la productora *Warner Bros*, lo que quiere decir, que la historia recreada en el videojuego ha sido creada a partir de la historia de la película y no a partir de la novela original, como todo parecía apuntar. No obstante, dado que la película refleja fielmente la historia narrada en la novela, la pertinencia de nuestro análisis no se ha visto mermada.

A este respecto constatamos, por ejemplo, que, por lo general, se tiende a imitar el estilo del producto original, llegando incluso en ocasiones a incluirse

líneas de diálogos exactamente iguales a las presentes en el libro o muy parecidas, en los casos en los que las restricciones de espacio no permitían su transcripción literal. Corroboramos, pues, una de nuestras hipótesis iniciales, según la cual el concepto de invisibilidad de la traducción enunciado por Venuti (1995) es perfectamente extrapolable al ámbito de la localización, dado que el fin último del localizador es conseguir un producto meta que provoque la misma reacción en los usuarios que la que tuvieron con el producto original a partir del cual surgió el videojuego. De este modo, los usuarios del videojuego, que ya tienen unas expectativas creadas, no se sienten defraudados por cambios inesperados o incluso inaceptables del hilo argumental al no poder apreciar grandes diferencias en el estilo empleado para la traducción del producto original y el del videojuego.

Es en este tipo de encargos, cuando se pone de manifiesto la importancia de disponer de un glosario con la terminología principal de la saga. De nuevo, tras la realización de este trabajo de campo, confirmamos también otra de nuestras hipótesis de partida, según la cual la libertad de trabajo de un localizador se ve reducida cuando trabaja con un videojuego basado en un producto anterior, dado que se verá obligado a respetar las soluciones adoptadas en el producto a partir del cual se crea el videojuego. Sin embargo, lo que en principio puede verse como una limitación es también una ventaja, sobre todo cuando el localizador tiene que hacer frente a restricciones de espacio, puesto que, en ocasiones, la familiaridad con la saga que se espera del usuario permite prescindir del uso de caracteres, reduciendo la longitud de términos que



el usuario reconocerá sin problema. Esto se reflejaba en algunos ejemplos de nuestro análisis como el caso del “banco de Gringotts”, que en el videojuego pasa a ser denominado simplemente “Gringotts” o los “Cromos de Magos Famosos”, que en el videojuego son simplemente “Cromos de Magos”.

Comprobamos también que los productos multimedia, al igual que los videojuegos, no están exentos de carga cultural, sino que los aspectos culturales desempeñan, al igual que en la traducción literaria o la traducción audiovisual, un papel fundamental en la aceptación del producto final. Explicábamos al inicio del presente trabajo que uno de los motivos que nos llevaron a escoger el videojuego de *Harry Potter y la Piedra Filosofal*, en concreto, fue la alta carga cultural presente en toda la saga. Por lo tanto, al igual que en cualquier otro tipo de traducción, el localizador debe decidir, al inicio de cada proyecto, sus estrategias de traducción en lo que respecta a los aspectos culturales, es decir, si el producto va a mantener su identidad cultural o si, por el contrario, se va a realizar una adaptación a la cultura meta.

Uno de los aspectos culturales, que siempre requieren una toma de decisiones por parte del localizador, lo constituyen el léxico dialectal y los acentos. Corroboramos, a este respecto, las aportaciones de Zaro Vera (2001) y Toury (1980), al observar que en el videojuego de *Harry Potter y la Piedra Filosofal* se ha obviado el acento del personaje Hagrid y sus intervenciones han sido dobladas al español peninsular neutro. De hecho, dicho personaje tan sólo se comunica a través de un léxico dialectal en la versión inglesa del libro, puesto que en la versión española, al igual que en el videojuego, el guardián habla un

español estándar, lo que le confiere un registro superior al que manejaba en la obra original, con la consiguiente pérdida de caracterización de dicho personaje.

Otro aspecto cultural de gran relevancia en cualquier encargo de traducción lo encontramos en los nombres propios. En el caso que analizamos, las estrategias adoptadas por la traductora de la primera entrega de la novela, quién decidió mantener la mayoría de los nombres propios, igual que en la versión original, hace que tanto los lectores como los usuarios meta se vean privados de información adicional proporcionada por la autora. Constatamos, pues, nuestra hipótesis de que cuando en la traducción del producto original que da lugar al videojuego existe una evidente pérdida de referencias culturales, el localizador se verá obligado a mantener una coherencia entre sus soluciones y las soluciones adoptadas por sus predecesores. Por este motivo, debido a las estrategias adoptadas por la traductora de la primera entrega de la novela, la versión en español del videojuego *Harry Potter y la Piedra Filosofal* se muestra, al igual que la versión española del libro, bastante alejada del original, viéndose tanto los lectores (de la novela) como los usuarios (del videojuego) meta privados de información adicional, proporcionada por la autora, tales como juegos de palabras o el significado de algunos nombres o apellidos. Confirmamos también nuestra hipótesis relativa a la creatividad del localizador y constatamos que, como suponíamos, ésta se ve condicionada no sólo por restricciones de espacio o por las características del usuario meta, sino también por las soluciones adoptadas por los traductores del producto a partir del cual surge el videojuego. Así, se pone de manifiesto la importancia de una buena labor de

documentación para que el localizador tenga claro cuándo puede poner a prueba su creatividad y cuándo, por el contrario, debe ceñirse a unas soluciones establecidas previamente. En nuestro análisis hemos podido encontrar dos ejemplos de nombres que difieren en la versión española del libro y en la del videojuego, probablemente debido a un lapsus de documentación. Esta labor es especialmente importante cuando se trabaja con un producto perteneciente a un saga, puesto que es probable que aparezcan referencias a algún objeto o personaje que no aparece en la entrega en la que estamos trabajando pero sí en alguna anterior o posterior. Esto sucede también en el videojuego analizado, en el cual se hace referencia a un animal mitológico del que no se habla ni en la primera entrega del libro ni de la película pero sí en la segunda.

Sin embargo, aunque a simple vista pueda parecer que en este tipo de trabajos el localizador ve coaccionada su creatividad por completo, lo cierto es que es probable que en el videojuego también aparezcan objetos inexistentes en la saga. Así, en el videojuego de *Harry Potter y la Piedra Filosofal* observamos la inclusión de los “petardos mágicos” o del “hechizo Flipendo”, a los que no se hace referencia en ningún libro de la saga.

Los textos de carácter legal constituyen otro de los aspectos culturales a los que el localizador debe prestar especial atención. Así, en el videojuego analizado observamos como el contenido de los textos legales presentes en el videojuego han sido adaptados a nuestra legislación, sobre todo en los casos en los que se hace referencia a un artículo legal en concreto. Asimismo, la información de contacto facilitada por la empresa desarrolladora ha sido

modificada pasando a ofrecerse la dirección de la oficina de atención al usuario situada en el territorio nacional.

Antes de concluir el análisis de los resultados de nuestro trabajo de campo, cabe también destacar que la localización de videojuegos no sólo se asemeja, como decíamos, a la localización de software o a la traducción literaria, sino que comparte también algunos aspectos con la traducción audiovisual. Con respecto al videojuego de *Harry Potter y la Piedra Filosofal*, observamos que en este videojuego, al igual que en la película, los elementos visuales cobran una especial relevancia. Los personajes se asemejan, en gran medida, a los actores, y encontramos algunas escenas iguales que las que aparecen en la película.

Comprobamos también que en el videojuego analizado se han respetado los tres tipos de sincronía a los que hacía referencia Agost (1999:65) y se ha intentado, en la medida de lo posible, que las voces dobladas sean semejantes a las de los dobladores de la película, con objeto de evitar un posible rechazo por parte de los usuarios.

Por lo tanto, tras la finalización de nuestro análisis hemos podido dar respuesta a nuestras hipótesis iniciales al llevar a cabo un análisis de las peculiaridades de la localización de un videojuego, elaborado a partir de otro producto. Observamos que apenas existen diferencias entre la versión española del libro y la del videojuego, por lo que constatamos que, en estos casos, el localizador debe realizar un exhaustivo proceso de documentación y mostrarse coherente con las soluciones adoptadas en el producto a partir del cual se crea el videojuego.

## **CAPÍTULO 7:**

### **PROPUESTA DIDÁCTICA**



Dada la importancia que actualmente tiene el sector de la localización de videojuegos consideramos oportuno que se empiece a incluir formación entorno a esta rama en los planes de estudio universitarios. Por lo tanto, presentamos a continuación una propuesta didáctica en la que incluimos los objetivos y metodología de una asignatura específica de localización de videojuegos, que pueda servir de guía para la formación en los últimos años de carrera de estudiantes del Grado en Traducción e Interpretación, o para un curso introductorio de posgrados específicos, dirigida, claro está a aquellos que deseen enfocar su carrera profesional hacia el sector de la localización.

### **6.1. Estado de la cuestión**

La licenciatura y/o Grado (según el momento de implantación de estos nuevos títulos) en Traducción e Interpretación se imparte, hasta la fecha, en 22 universidades españolas, de las cuales 17 son públicas (Universidad Autónoma de Barcelona, Universidad Autónoma de Madrid, Universidad Complutense de Madrid- CES Felipe II de Aranjuez, Universidad de Granada, Universidad de Málaga, Universidad Pablo de Olavide, Universidad de Córdoba, Universidad de Murcia, Universidad de Salamanca, Universidad de Valladolid – Facultad de Traducción e Interpretación de Soria, Universidad de Vigo, Universidad del País Vasco, Universidad Jaume I de Castellón, Universidad de Alicante, Universidad de Valencia, Universidad Pompeu Fabra y Universidad de Las Palmas de Gran Canaria) y 5 son privadas (Universidad Alfonso X el Sabio, Universidad Europea

de Madrid, Universidad Camilo José Cela de Madrid, Universidad de Vic y Universidad Pontificia Comillas).

Tras consultar los planes de estudio de todas ellas hemos podido comprobar que la presencia de asignaturas que contribuyan a la formación de los futuros traductores e intérpretes en el área de la localización es poco relevante. En los pocos casos en los que los planes de estudios sí contemplan la enseñanza de esta rama de la traducción (4 de las 22 universidades, toda ellas públicas) lo hacen ofreciendo una asignatura optativa de localización de software o páginas web, en cuyos programas no encontramos ninguna mención a la localización de videojuegos, lo que contribuye, a nuestro modo de ver, al desconocimiento por parte de los estudiantes de una de las principales salidas profesionales que les ofrecen sus estudios en la actualidad.

Como veíamos en apartados anteriores, el crecimiento de la industria de los videojuegos en los últimos años ha sido notable. El hecho de que la mayoría de este tipo de productos se desarrollen en el extranjero ha conseguido expandir los límites del mercado laboral de los traductores, en el cual se demandan con mayor frecuencia los servicios de un nuevo perfil profesional: el localizador.

Por lo tanto, teniendo en cuenta que el ejercicio de la traducción ha ido evolucionando, dando lugar a nuevas modalidades de la profesión, consideramos que sería oportuno que los planes de estudio así lo hiciesen también, empezando a contemplar asignaturas que contribuyan a la formación de los estudiantes en áreas en las que cada vez se demandan, con mayor frecuencia, los servicios de profesionales cualificados, como la que nos ocupa en este trabajo de



investigación. De este modo, podrían ir adquiriendo unos conocimientos básicos durante sus cuatro años de estudios de Grado sin tener que esperar a poder acceder a una formación de postgrado para adquirirlos.

## **6.2. Objetivos de la propuesta didáctica**

Resulta evidente que el principal objetivo será el de formar profesionales que puedan satisfacer la creciente demanda existente en el ámbito laboral.

Además, la formación en localización de videojuegos permitiría a los alumnos:

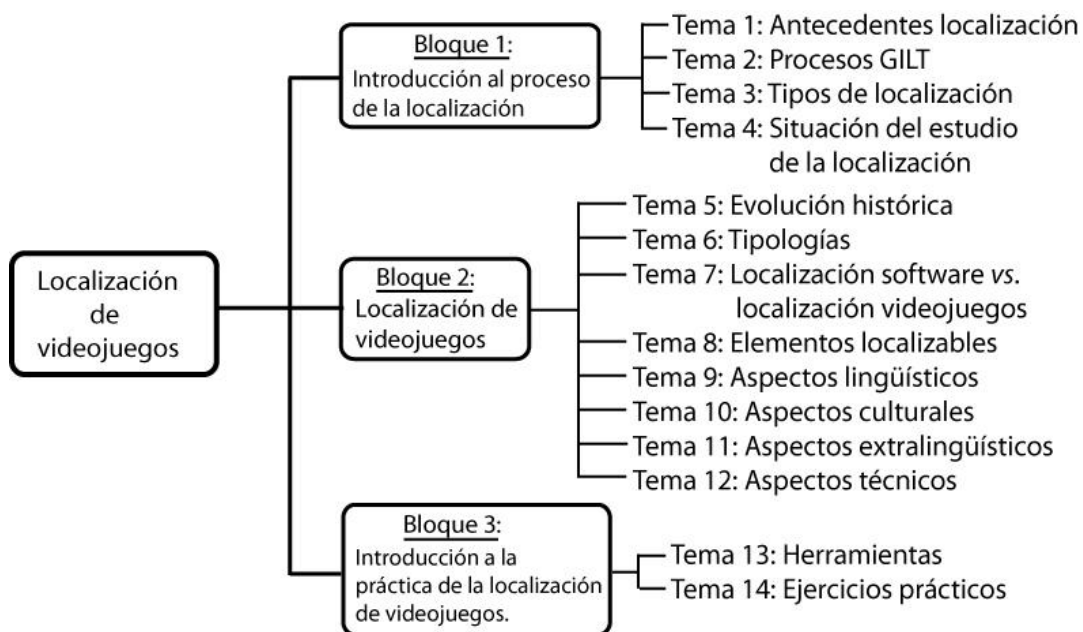
- Conocer estrategias y procedimientos de traducción que puedan aplicar durante el proceso de localización de un videojuego.
- Adquirir destrezas en el uso de aplicaciones informáticas necesarias para la localización.
- Acercarse a un entorno de trabajo en equipo como el que se encontrarán en el ámbito profesional real.

## **6.3. Propuesta metodológica**

Como ya hiciera Austermühl (2003) proponiendo un modelo de docencia para la localización de software, nosotros proponemos uno específico para la localización de videojuegos. Para la elaboración de nuestra propuesta seguiremos el esquema desarrollado a lo largo del presente trabajo, puesto que consideramos que podría ser perfectamente válido para el desarrollo de un modelo de docencia para la localización de videojuegos.

Así, el modelo de asignatura que proponemos tendría un carácter optativo equivalente a 6 créditos ECTS, de los cuales 2 serían teóricos y 4 prácticos, estaría ofertada en los itinerarios que las universidades han denominado en algunos casos “Itinerario de Traducción Audiovisual” o en otros “Itinerario de Nuevas Tecnologías” y se podría desarrollar en 3 etapas, teniendo en cuenta que antes se habría cursado la asignatura “Informática aplicada a la traducción”, contemplada como asignatura obligatoria en los planes de estudio de estudios de las licenciaturas y los grados actuales en Traducción e Interpretación. La importancia de haber cursado previamente esta asignatura radica en que ésta contribuirá a concienciar al alumno acerca de la importancia de los medios informáticos para el desarrollo de su futura profesión y al mismo tiempo constituirá el paso inicial para realizar un acercamiento a herramientas importantes, como las memorias de traducción o bases de datos terminológicas ampliando la visión del alumno acerca de los recursos informáticos que tiene a su disposición.

Por lo tanto, tomando como ejemplo el esquema de Auster Mühl (2003) elaboramos el nuestro específico, el cual estaría compuesto por 3 bloques temáticos:



**Bloque 1: Introducción al proceso de la localización.** En esta etapa, que constituiría la fase introductoria a la asignatura, se realizaría un acercamiento a los orígenes y la evolución de la localización, distinguiendo entre las diferentes modalidades de localización existentes para, posteriormente, enfocar la materia hacia la localización de videojuegos, en particular. Dividimos esta primera etapa en cuatro temas:

Tema 1: Antecedentes de la localización.

Tema 2: Procesos GILT.

Tema 3: Tipos de localización.

Tema 4: Situación actual del estudio de la localización.

**Bloque 2: Localización de videojuegos.** En esta etapa comenzaríamos realizando un breve repaso de la historia de los videojuegos. A continuación, se expondrían las diferentes tipologías de videojuegos que se pueden establecer para,

finalmente, centrar nuestra atención en los diferentes aspectos del proceso de la localización. Esta segunda etapa, de más duración que la primera (recordemos que se trataba de una etapa introductoria), estaría dividida en 8 temas, que supondrían la continuación de los abordados en la primera etapa.

Tema 5: Evolución histórica de los videojuegos.

Tema 6: Tipologías de los videojuegos.

Tema 7: Diferencias entre localización de software y localización de videojuegos.

Tema 8: Elementos localizables de un videojuego y fases del proceso de localización.

Tema 9: Aspectos lingüísticos de la localización de videojuegos.

Tema 10: Aspectos culturales de la localización de videojuegos.

Tema 11: Aspectos extralingüísticos de la localización de videojuegos.

Tema 12: Aspectos técnicos de la localización de videojuegos.

**Bloque 3: Introducción a la práctica de la localización de videojuegos.** Esta etapa se centraría en el acercamiento práctico por parte de los alumnos a la actividad de la localización de videojuegos. En ella se tratarán también aspectos relacionados con la investigación, el ámbito profesional y las principales herramientas o aplicaciones para la localización de videojuegos. Lo ideal sería ir alternando explicaciones teóricas de los dos bloques anteriores con los ejercicios prácticos de este bloque, que consistiesen en encargos de traducción que permitan al alumno acercarse a la realidad que se encontrará una vez

introducido en el mundo laboral real. Así, se establecerían plazos de entrega fijos, se ofrecerían ejemplos de videojuegos para todos los tipos de plataformas, se instaría al alumno a que tradujese diálogos descontextualizados o se impondrían restricciones en la longitud del texto meta, etc. Por lo tanto, los ejercicios que conforman esta etapa son independientes y podrían ir intercalándose con los temas pertenecientes a las etapas 1 y 2 de índole más teórica. Se trata, en última instancia de recurrir a estrategias de “simulación profesional en el aula” para facilitar la adquisición de competencias profesionales por parte de nuestros alumnos.

Los contenidos de este bloque temático los dividimos en dos grandes apartados: el manejo de las principales herramientas de localización y la realización de diversos ejercicios prácticos.

Tema 13: Herramientas de localización.

Tema 14: Ejercicios prácticos de localización.

Como parte de este último tema dedicado a los ejercicios prácticos, hemos diseñado 10 tareas docentes, con objeto de ejemplificar mejor las competencias que se pretenden desarrollar mediante dichas actividades.



TAREA DOCENTE 1

En esta actividad el alumno deberá traducir un fragmento de uno de los diálogos presentes en el juego *Castlevania. Dawn of Sorrow*. Como se podrá observar, el registro de lengua empleado es bastante coloquial, por lo que dicha característica deberá intentar preservarse, en la medida de lo posible, también en la versión meta. Dado que se trata de un juego para una consola portátil será necesario respetar un límite máximo de 30 caracteres por línea, sin exceder un máximo de 3 líneas por intervención de cada personaje.

<u>Character</u>	<u>English</u>	<u>Spanish</u>
Soma Cruz	H-Hammer?  What are you doing here?	
Hammer	What, are ya dense?  Who told ya'bout this place?  Wait, it was me	
Soma Cruz	Well, yeah, but...	
Hammer	Hay, you got your mind on  doin' somethin' wicked, huh?  I want in, buddy.	
Hammer	And, hey, what happened  to that pretty little lady?	

	You remember, right?	
Soma Cruz	You mean Yoko?  She's not coming.  In fact, I haven't told a soul.	
Hammer	Huh? She ain't comin'?  Well, why not?!	
Hammer	Aw, man...  Well, since I'm here, I'd better make the best of it.	
Hammer	I guess I'm back in business, and you're my customer!	
Soma Cruz	Hammer, look, I'm saying this for your own good.  You really should leave.	
Hammer	Can't do that, I'm afraid.	
Hammer	I know when someone's in trouble and I'm not just gonna leave ya here.	
Soma Cruz	Okay...  I appreciate it.	
Hammer	I'll scope out the area and find a spot to set up shop.	



Hammer	See ya around!	
Hammer	Man, why wouldn't he just tell her about this...?	
Soma Cruz	...	



## TAREA DOCENTE 2

En este caso tomamos como ejemplo unos fragmentos de las intervenciones del personaje YUNA en el videojuego *Final Fantasy X*. Se trata de hechizos de magia blanca, muchos de los cuales se formulan mediante una rima, que el alumno deberá intentar mantener en su versión meta.

En el supuesto práctico encontramos un encargo distribuido en 3 columnas. La primera de ellas bajo el nombre *White Magic*, incluye una información proporcionada por la compañía desarrolladora de la función de cada hechizo. Esta información no deberá ser traducida, ya que tan sólo servirá de apoyo adicional para facilitar la labor del localizador. En la segunda columna, *Characters*, se presenta el nombre del personaje y en la tercera, *Line*, las intervenciones que habrán de ser traducidas no podrán exceder el número máximo de 45 caracteres permitidos.

WHITE MAGIC	CHARACTERS	LINE
[Reflect]: Reflects magical attacks.	YUNA	Mirror of light, reflect magical spite!
[Esuna]: Eliminates most status effects like darkness, poison, silence, sleep, confusion, berserk, slow and petrification.	YUNA	Light shine strong. Our woe begone!
[Nulfrost]: The party	YUNA	Shield us from frigid

becomes immune to ice attacks.		blight.
[Nulblaze]: The party becomes immune to fire attacks.	YUNA	Shield us from fiery fury.
[Nulschock]: The party becomes immune to thunder attacks.	YUNA	Shield us from thunderous bane.
[Nultide]: The party becomes immune to water attacks.	YUNA	Shield us from watery woe.
[Holy]: Massive damage against all enemies.	YUNA	Light our way.

Aunque el presente ejercicio práctico sería entregado a los alumnos en formato de tabla Excel, en este trabajo lo incluimos como tabla de Word para que pueda leerse de manera más fácil y cómoda.

### TAREA DOCENTE 3

El objetivo de esta actividad consiste en traducir parte de los menús del videojuego *Hannah Montana: The Movie*. De esta forma el alumno podrá desarrollar estrategias de traducción para frases descontextualizadas.

<u>English</u>	<u>Spanish</u>
Inventory	
Secrets	
Honors	
Empty	
Change your outfit.	
Drag to Scroll	
Empty Inbox	
Options	
Audio	
Data Credits	
Exit to Main Menu?	
Yes	
No	
Touch the butterfly button to access your wardrobe.	
Leave through the door.	

Song Select	
Stage Select	
L.A. Stage	
Perfomance Grades	
Singing	
Dancing	
Guitar	
Keyboard	
Drums	
Special	
Total	
Rising Star	
Touch the Touch Screen to continue	
Audio	
Music	
Sound FX	
Data	
Erase data	
Special Event	
Time to Dance	
Play the Guitar	
Play the Drums	

Time to Sing	
Play the Keyboard	
<p>Performing the event shown in the top-right corner of the top screen will earn bonus points.</p> <p>Walk to the stage event with that icon, touch the butterfly button and rock the show!</p> <p>But remember, you control your own destiny. You can perform any of the events at any time during the song.</p>	





#### TAREA DOCENTE 4

En este caso el alumno deberá enfrentarse a la localización del menú de de la consola portátil Nintendo DS, así como de la pantalla de inicio. El objetivo de esta actividad es que el alumno adquiera las competencias necesarias para ser capaz de traducir el conjunto de términos descontextualizados que pueden aparecer en el menú de cualquier plataforma o videojuego.

<u>English</u>	<u>Spanish</u>
WARNING- HEALTH AND SAFETY BEFORE PLAYING, READ THE HEALTH AND SAFETY PRECAUTIONS BOOKLET FOR IMPORTANT INFORMATION ABOUT YOUR HEALTH AND SAFETY. TO GET AN EXTRA COPY FOR YOUR REGION, GO ONLINE AT <a href="http://www.nintendo.com/healthsafety/">www.nintendo.com/healthsafety/</a>	
Touch the Touch Screen to continue	
Quit	
Select	
Go back	
Settings	
Options	
Language	
Cancel	

Confirm	
GBA Mode	
Start-up	
Manual Mode	
Auto Mode	
Clock	
Time	
User	
Color	
Birthday	
Message	
Erase	
Input	
Press B to cancel	

### TAREA DOCENTE 5

Este ejercicio pretenderá dotar al alumno de las estrategias necesarias a la hora de localizar un videojuego basado en un producto anterior. Para ello usaremos como ejemplo un fragmento del videojuego *The Simpsons Game*, basado en la popular serie de televisión *The Simpsons*. Dado que se trata de una serie muy consagrada en el panorama televisivo, será esencial que el alumno realice un exhaustivo proceso de documentación con el fin de plasmar en los diálogos de la versión meta las características de cada personaje. Puesto que se trata de un diálogo para ser doblado, sería conveniente que la versión meta permitiese respetar los diferentes tipos de sincronización.

<u>Character</u>	<u>English</u>	<u>Spanish</u>
Marge Simspon	Bart, what are you doing near a video game store?	
Marge Simpsom	Buying a video game?	
Marge Simpson	I've heard about this. It's the game where you play a meanie-bo-beanie who murders other meanie-bo-beanies.	
Marge Simpson	I'm putting this game in the same place I put your swimsuit magazines, and your BB Gun: Homer's Underwear Drawer.	

Bart Simpson	Oh, Great. Now I have nothing to play except the games I bought yesterday. And I'm totally sick of them.	
Bart Simpson	The Simpsons Game? Hmm... this is so weird.	
Bart Simpson	The only Simpsons Game I can think of is the one where we all pretend dad isn't an alcoholic. What could it be?	
Bart Simpson	Wait a second, this is a manual for a video game set in springfield!	
Bart Simpson	And dad is a character! And so is mom. And lisa... who'd wanna play her? Whoa, I'm in this game! I wonder what my moves are, jumping, floating, oh man I gotta try this!	

## TAREA DOCENTE 6

En esta actividad abarcaremos la localización de videojuegos que contienen carga humorística. Como ejemplo propondremos la traducción de un fragmento del videojuego *Phoenix Wright: Justice for All*, en el que uno de sus personajes se caracteriza por su tendencia a contar chistes estúpidos y emplear juegos de palabras durante sus intervenciones. Así, en esta tarea el alumno pondrá a prueba su creatividad a la hora de transferir estas peculiaridades a la lengua meta.

CHARACTER	ENGLISH	SPANISH
Maya	Hello...	
Moe Curls	KABLAMMO!	
Moe Curls	CONGRATULATIONS! YOU'RE THE BIG WEINER!	
Moe Curls	The one million visitor to the room of one Mr. Moe Curls, AKA ME!!	
Phoenix	(Earplugs... Must... Find... Earplugs...)	
Moe Curls	To celebrate this momentous occasion, would you care for an organic grape? Just one!	
Moe Curls	Did you get my joke right	

	there!?	
Moe Curls	Aha! Aha! Aha! Aha! Aha!	
Phoenix	...	
Moe Curls	I welched on giving you more than one!!	
Phoenix	Um...	
Moe Curls	No no no! If it was funny, it is your duty as a human being to laugh!!	
Moe Curls	People who don't laugh are usually last-seen in Lan-sing. Catch my drift?	
Moe Curls	Aha! Aha! Aha! Aha! Aha!  Aha! Aha! Aha!	
Phoenix	Umm.. Maya?	
Maya	Aha! Aha! Aha! Aha! Aha!  Aha! Aha! Aha!	
Phoenix	(This is like some Faustian nightmare...)	
Maya	C'mon! It was funny!	
Maya	Clowns are always funny in my book!	
Phoenix	In my book, they're just	

	funny lookin’.	
Moe Curls	You sure do have great taste in clothes girlie! Look at that garb!	
Moe Curls	You look just like Gretta Garb... OH!	
Moe Curls	Aha! Aha! Aha! Aha! Aha! Aha! Aha! Aha!	
Phoenix	*sigh* I’m goin’ home...	
Maya	No! Nick! You can’t!!	
Phoenix	You know, I can excuse a bad joke or two...	
Phoenix	But this stooge keeps laughing at his own jokes! That’s what I object to!	
Maya	OK OK... I get it. But you have to admit he is kinda funny...	
Phoenix	(Argghhh... No, I do not have to admit	

	that, because he isn't)	
Moe Curls	Aha! Aha! Aha! Aha! Aha! Aha! Aha! Aha!	
Maya	Could you please tell us more about the Berry Big Circus?	
Moe Curls	It's a Berry Big story... You sure you got that kind of time?	
Phoenix	(And the hits just keep on comin'... *sigh*)	



## TAREA DOCENTE 7

En esta tarea se pedirá al alumno que traduzca la guía de un juego. Tomamos como referencia la guía del juego *Super Smash Bros.Brawl*. A continuación exponemos un ejemplo práctico de cada una de las secciones (personajes, modos de juego, escenarios, objetos...) que componen la guía consultada en [http://www.smashbros.com/en\\_uk/gamemode/index.html](http://www.smashbros.com/en_uk/gamemode/index.html).

[Home](#) > [Characters](#) > Pit



The main protagonist in Kid Icarus. Pit's Sacred Bow of Palutena is actually two blades combined. He can separate them or unite them at will for use in battle.

The arrows Pit's bow unleashes shoot out like beams of light. Players can control the curves of their trajectories.'

### Pit's Special Moves

Standard Special Move: Palutena's Arrow

Side Special Move: Angel Ring

Up Special Move: Wings of Icarus

Down Special Move: Mirror Shield

Final Smash: Palutena's Army

[Home](#) > [How to Play](#) > SMASH ABC

### The Basic Rules



### **This is Smash!**

What is "Super Smash Bros."?

It's a brawling, battling, action-packed video game that features a varied roster of characters for four-player simultaneous melees!

When you hit an opponent, his or her damage meter builds up.



**The number at the bottom is the damage meter.**

The more damage that builds up, the farther an opponent flies each time he or she gets hit!



**An opponent with higher damage flies farther.**

Soon, people are flying around like rockets.  
And when you fly off the screen in any direction...



**You lose a life!**

Also, in some modes, each time you KO an opponent you earn points. As an example, you can fight for a mere two minutes in a competition to see who can shoot their opponents off-screen the most.

If you had to call it something, I'd say it's almost like a sport!

### Smash Attacks

There's a variety of attacks in Smash Bros., and they all involve some combination of strength and direction. Let me start here by talking about strength.

### Standard Attack





If you just press the attack button, you'll perform a standard attack. These are generally speedy.

### Strong Attack



When you tilt the stick in a particular direction, you'll do a stronger attack in that direction. These attacks usually have longer reach.

### Smash Attack



Now, if you simultaneously tilt the stick and press the button, you'll do a smash attack. These are powerful!

Since the name for smash attacks is derived from the game's name, you can assume they're pretty important.

Swiftly tilt the Control Stick left, right, up or down, and simultaneously attack! When you link the feeling of this control with the result of sending an opponent flying, I think you'll start to see the crux of this game.

At first, don't overthink things. It's OK to just tilt the stick and bash some buttons. Ease yourself into it.



By pressing and holding the attack button during a smash attack, you can build up power. Power up and unleash it when the time is right!

[Home](#) > Game Modes



#### GROUP

- Brawl
- Handicap
- Special Brawl
- Rotation
- Tourney
- Names



#### SOLO

- The Subspace Emissary (Adventure Mode)
- Classic
- Master Hand
- Events
- Co-op Events
- STADIUM: Target Smash!!
- STADIUM: Home-Run Contest
- STADIUM: Multi-Man Brawl
- Training
- Secrets for Continuing



#### NINTENDO WI-FI CONNECTION



#### VAULT

- Vault
- Trophies
- Stickers
- Coin Launcher
- Stage Builder
- Taking Snapshots
- Challenges
- Masterpieces



#### OPTIONS

- Options
- Widescreen Support
- Four Kinds of Control
- Controls

- My music

Para este encargo, los alumnos podrán utilizar todo tipo de información adicional para la labor de documentación.



## TAREA DOCENTE 8

En este ejercicio planteamos el caso hipotético de que la empresa desarrolladora del videojuego nos haya proporcionado un archivo de recursos de un videojuego en el que encontramos el código de programación inserto en el texto que debemos traducir. El objetivo de la actividad será el de traducir las partes resaltadas en negrita, respetando las variables y adaptándolas y colocándolas en el lugar apropiado de forma que el texto meta cobre sentido.

[Language]

Language=**English (International)**

LangId=9

SubLangId=1

[Public]

Object=(Name=Core.HelloWorldCommandlet,Class=Class,MetaClass=Core.Commandlet)

[Errors]

Unknown=**Unknown Error**

Aborted=**Aborted**

ExportOpen=**Error exporting %s: couldn't open file '%s'**

ExportWrite=**Error exporting %s: couldn't write file '%s'**

FileNotFound=**Can't find file '%s'**

ObjectNotFound=**Failed to find object '%s %s.%s'**

PackageNotFound=**Can't find file for package '%s'**

PackageResolveFailed=**Can't resolve package name**

FilenameToPackage=**Can't convert filename '%s' to package name**

Sandbox=**Package '%s' is not accessible in this sandbox**

PackageVersion=**Package '%s' version mismatch**

FailedLoad=**Failed to load '%s': %s**

ConfigNotFound=**Can't find '%s' in configuration file**

LoadClassMismatch=**%s is not a child class of %s.%s**

NotDll=**'%s' is not a DLL package; can't find export '%s'**

NotInDll=**Can't find '%s' in '%s.dll'**

FailedLoadPackage=**Failed loading package: %s**

FailedLoadObject=**Failed to load '%s %s.%s': %s**

TransientImport=**Transient object imported: %s**

FailedSaveOtherMapPackage=**Can't save %s: Graph is linked to object %s in**

### **external map package**

FailedSavePrivate=**Can't save %s: Graph is linked to external private object %s**  
FailedImportPrivate=**Can't import private object %s %s**  
FailedCreate=%s %s **not found for creation**  
FailedImport=**Can't find %s in file '%s'**  
FailedSaveFile=**Error saving file '%s': %s**  
SaveWarning=**Error saving '%s'**  
NotPackaged=**Object is not packaged: %s %s**  
NotWithin=**Object %s %s created in %s instead of %s**  
Abstract=**Can't create object %s: class %s is abstract**  
NoReplace=**Can't replace %s with %s**  
NoFindImport=**Can't find file '%s' for import**  
ReadFileFailed=**Failed to read file '%s' for import**  
SeekFailed=**Error seeking file**  
OpenFailed=**Error opening file '%s'.**  
WriteFailed=**Error writing to file**  
ReadEof=**Read beyond end of file**  
IniReadOnly=**The file %s is write protected; settings cannot be saved**  
UrlFailed=**Failed launching URL**  
Warning=**Warning**  
Question=**Question**  
OutOfMemory=**Ran out of virtual memory. To prevent this condition, you must free up more space on your primary hard disk.**  
History=**History**  
Assert=**Assertion failed: %s [File:%s] [Line: %i]**  
Debug=**Debug assertion failed: %s [File:%s] [Line: %i]**  
LinkerExists=**Linker for '%s' already exists**  
BinaryFormat=**The file '%s' contains unrecognizable data**  
SerialSize=%s: **Serial size mismatch: Got %i, Expected %i**  
ExportIndex=**Bad export index %i/%i**  
ImportIndex=**Bad import index %i/%i**  
Password=**Password not recognized**  
Exec=**Unrecognized command**  
BadProperty=%s': **Bad or missing property '%s'**  
MissingIni=**Missing .ini file: %s**  
Error\_ActorComponentDestroyedWithoutRemoval=**Actor component (%s) destroyed without removal from scene**  
FileVersionDump=PackageVersion %4d, MaxExpected %4d :  
LicenseePackageVersion %4d, MaxExpected %4d.  
NativeRebuildRequired=**Unable to create object of type '%s': native class layout differs from script layout. Please build C++ before continuing to avoid data corruption.**  
PackageNamedNone=**Attempted to create a package named 'None'**  
EmptyPackageName=**Attempted to create a package with an empty package name.**

[Query]

OldVersion=**The file %s was saved by a previous version which is not backwards compatible with this one. Reading it will likely fail, and may cause a crash. Do you want to try anyway?**

Name=**Name:**

Password=**Password:**

PassPrompt=**Enter your name and password:**

PassDlg=**Identity Check**

Overwrite=**The file '%s' needs to be updated. Do you want to overwrite the existing version?**

OverwriteReadOnly=**'%s' is marked read-only. Would you like to try to force overwriting it?**

CheckoutPerforce=**'%s' is marked read-only. Should I try to check it out of Perforce?**

PackageFailedToOpen=**The package '%s' failed to open. Should this commandlet continue operation, ignoring further load errors? Continuing may have adverse effects (object references may be lost).**

[Progress]

Saving=**Saving file %s...**

Loading=**Loading file %s...**

Closing=**Closing**

[General]

Product=**Unreal**

Engine=**Unreal Engine**

Copyright=**Copyright © 2001-2005 Epic Games, Inc. All Rights Reserved.**

True=**True**

False=**False**

None=**None**

Yes=**Yes**

No=**No**

Este ejemplo ha sido extraído de

[http://www.hkrs.com/download/RainbowSix/vegas/xbox\\_file/Core.int](http://www.hkrs.com/download/RainbowSix/vegas/xbox_file/Core.int)



## TAREA DOCENTE 9

El objetivo de esta actividad es el de presentar a los alumnos otro de los retos a los que se puede enfrentar un localizador: la traducción de un manual de instrucciones. Aunque no se trata de un encargo específico de localización de videojuegos, consideramos adecuado que los alumnos adquieran ciertas destrezas en lo que concierne a la documentación técnica de las plataformas de videojuegos.

Como supuesto práctico hemos escogido un fragmento del manual de instrucciones de la consola Xbox360 de Microsoft, disponible online en <http://support.xbox.com/support/en/us/xbox360/hardware/manuals/instructionmanuals.aspx>

### **Warning**

Failure to properly set up, use, and care

for the Xbox 360 video game and entertainment system can increase the risk of serious injury or death, or damage to the Xbox 360 video game and entertainment system. Read this manual and the manuals of any accessories for important safety and health information.

Keep all manuals for future reference.

For replacement manuals, go to [www.xbox.com/support](http://www.xbox.com/support) or call the Xbox

Customer Support number provided on the back cover.

**2** Your Xbox 360 Arcade System

**3** Select a Location for Your Console

**4** Connect to Your TV and

Audio System

**5** Connect the Console to Power

**7** The Xbox 360 Wireless Controller

**7** Set Up Your Wireless Controller

**9** Xbox 360 Family Settings

**10** Using the Disc Drive

**11** Important Health Warnings About

Playing Video Games

**12** Play Games

**12** Connect to Xbox LIVE

**16** Watch Movies

**16** Play CDs

**17** Share Media from an Audio Player

Before allowing children to use the Xbox 360 video game and entertainment system:

**1** Determine how each child can use the Xbox 360 console (playing games, connecting to Xbox LIVE, replacing batteries, making electrical, AV cable, and network connections) and whether they should be supervised during these activities.

**2** If you allow children to use the Xbox 360 console without supervision, be sure to explain all relevant safety and health information and instructions.

The Xbox 360 console will not play copied or “pirated” games or other unauthorized media. Attempting to defeat the Xbox 360 anti-piracy protection system may cause your Xbox 360 console to stop working permanently. It will also void your Limited Warranty, and may make your Xbox 360 console ineligible for authorized repair, even for a fee.

You must accept the terms and conditions of the Limited Warranty and this manual to use your Xbox 360 console. If you do not accept these terms and conditions, do not set up or use your Xbox 360 console and return it to Microsoft for a refund.

## **YOUR XBOX 360 ARCADE SYSTEM**

Thanks for purchasing your Xbox 360™ Arcade system from Microsoft. You’re now at the center of a customizable experience that brings your games, your friends, and your digital entertainment together in one powerful package.

- Xbox 360 Arcade lets you play Xbox 360 games, DVD movies, and audio CDs.
- With high-speed Internet service, connect to millions of gamers on Xbox LIVE®.

Instantly be a part of a community where you can play together, talk to your friends, and download new content.

or Camera

**1 8** Share Media from Your PC

**1 9** Storage

**20** Add Wireless Controllers

**21** Connect Additional Accessories

**22** Troubleshooting

**73** Customer Support



This symbol identifies safety and health messages in this manual and Xbox 360 accessories manuals.

For your warranty and other important information, see the Xbox 360 Warranty manual.

- Stream pictures, music, and more to your Xbox 360 console by connecting to your Microsoft® Windows®-based PC or other devices such as digital cameras and portable music players.
- Take your saved games and your Xbox LIVE account everywhere you go. Even download content from Xbox 360 demo kiosks at participating retailers with your Xbox 360 Memory Unit.



### **Prevent the Console from Falling**

If the Xbox 360 console falls and hits someone, especially a small child, it could cause serious injury. To reduce the risk of such injuries and damage to the Xbox 360 console, set up the Xbox 360 console according to these instructions. Place the console on a surface that:

- Is flat and level.
- Is stable and not likely to tip over.
- Allows all four feet of the console to be in contact with the surface.
- Is not likely to allow the console to slip or slide off.
- Is clean and free of dust and debris.

If the surface or console feet become dirty or dusty, clean them with a dry cloth. If the console is positioned vertically, put it on a surface where it is not likely to fall if it tips over.

Arrange all cables and cords so that people and pets are not likely to trip over or accidentally pull on them as they move around or walk through the area. When the console is not in use, you may need to disconnect all cables and cords from the front and rear of the console to keep them out of the reach of children and pets. Do not allow children to play with cables and cords.

### **Prevent the Console from Overheating**

Do not block any ventilation openings on the console or power supply. Do not place the console or power supply on a bed, sofa, or other soft surface that may block ventilation openings. Do not place the console or power supply in a confined space, such as a bookcase, rack, or stereo cabinet, unless the space is well ventilated.

Do not place the console or power supply near any heat sources, such as radiators, heat registers, stoves, or amplifiers.

### **Avoid Smoke and Dust**

Do not use the console in smoky or dusty locations. Smoke and dust can damage the console, particularly the DVD drive.

## **CONNECT TO YOUR TV AND AUDIO SYSTEM**

### **IMPORTANT**

Stationary images in video games can “burn” into some TV screens, creating a permanent shadow. Consult your TV owner’s manual or manufacturer before playing games.

### **Connect the Composite AV Cable**

Use your composite AV cable to connect your console to your TV.

*To connect to your standard TV:*

- 1** Connect the composite AV cable connector to the AV port on the console.
- 2** Connect the color-coded connectors to the corresponding inputs on the TV: yellow to yellow (video), red to red (right audio), and white to white (left audio). You can also connect audio to a stereo receiver. For monaural (mono) TVs, which have only one audio input, connect either the right or left audio connector to the audio input.
- 3** Select the appropriate video input on your TV (see No Picture under “Troubleshooting” for further information). After you’ve set up your console, you can configure additional console audio settings and test your connection from the System area of the Xbox Dashboard. But before doing so, proceed through the steps in the following pages for connecting to power, connecting your controller, and other initial settings.

#### **Other AV Input**

You can also connect to additional TV input types by using the Xbox 360 Component HD AV cable, the Xbox 360 S-Video AV Cable, the Xbox 360 VGA HD AV Cable, or the Xbox 360 HDMI AV Cable (all sold separately). For more information, go to [www.xbox.com/setup](http://www.xbox.com/setup)

#### **Connect to a Digital Audio System**

If your system (typically, a receiver or amplifier) supports digital audio input, you can connect to digital audio rather than to the standard left and right audio by using the Xbox 360 Component HD AV Cable, the Xbox 360 S-Video AV cable, the Xbox 360 VGA HD AV cable, or the Xbox 360 HDMI Cable (all sold separately). Digital audio should produce higher-quality sound. Follow the AV cable instructions for connecting digital audio.

#### **CONNECT THE CONSOLE TO POWER**



#### **Electrical Safety**

As with many other electrical devices, failure to take the following precautions can result in serious injury or death from electric shock or fire or damage to the Xbox 360 video game and entertainment system.

Select an appropriate power source for your Xbox 360 console:

- Use only the power supply unit and AC power cord that came with your console or that you received from an authorized repair center. If you are not sure if you have the correct power supply unit, compare the model number on the power supply unit with the model number specified on your console. If you need a replacement power supply unit or AC power cord, contact Xbox Customer Support.
- Confirm that your electrical outlet provides the type of power indicated on the power supply unit (in terms of voltage [V] and frequency [Hz]). If you are not sure of the type of power supplied to your home, consult a qualified electrician.
- Do not use non-standard power sources, such as generators or inverters,



even if the voltage and frequency appear acceptable. Only use AC power provided by a standard wall outlet.

- Do not overload your wall outlet, extension cord, power strip, or other electrical receptacle. Confirm that they are rated to handle the total current (in amps [A]) drawn by the Xbox 360 console (indicated on the power supply unit) and any other devices that are on the same circuit.
- Do not connect any other devices between the Xbox 360 power supply unit and the Xbox 360 console or between the power cord and the Xbox 360 power supply unit.

**To avoid damaging the power cords and power supply:**

- Protect the power cords from being walked on.
- Protect cords from being pinched or sharply bent, particularly where they connect to the power outlet, the power supply unit, and the console.
- Do not jerk, knot, sharply bend, or otherwise abuse the power cords.
- Do not expose the power cords to sources of heat.
- Do not wrap power cords around the power supply unit.
- Keep children and pets away from the power cords. Do not allow them to bite or chew on them.
- When disconnecting the power cords, pull on the plug—do not pull on the cord.
- Do not let the power supply hang from either power cord. If a power cord or power supply becomes damaged in any way, stop using it immediately and contact Xbox Customer Support for a replacement. Unplug your Xbox 360 console during lightning storms or when unused for long periods of time.

Always connect the power cords according to the following instructions:

- 1 Fully insert the power supply cord into the Xbox 360 console.
- 2 Plug the AC power cord into the power supply until it stops.
- 3 Plug the other end of the AC power cord into the wall outlet.

**THE XBOX 360 WIRELESS CONTROLLER**

Your wireless controller lets you experience the ultimate in wireless freedom with the same precision, speed, and accuracy as a wired controller.

**Xbox Guide Button**

The Xbox Guide button in the center of your controller puts the Xbox 360 experience at your fingertips. Press the Xbox Guide button to turn your console on. Once on, pressing the Xbox Guide button gives you immediate access to the Xbox Guide. To turn off your console, press and hold the Xbox Guide button for three seconds and confirm your selection.

**Ring of Light**

Composed of four quadrants, the Ring of Light that surrounds the Xbox Guide button on the controller and the Power button on the console is the Xbox 360 status indicator.

When you connect a controller to your console, it is assigned a specific quadrant, which glows green to indicate the controller's number and position. Each subsequent controller connected to the console (up to four) is assigned

an additional quadrant. If system problems should arise, the Ring of Light on the console will flash combinations of red. For more information, see “Troubleshooting.”

#### **Expansion Port**

The expansion port (with 2.5-mm audio connector) on your controller lets you connect expansion devices like the Xbox 360 Headset (sold separately) to your controller. For more information, see the instruction manual for your controller expansion device.

#### **Charge Port**

The charge port on the front of your controller works exclusively with the Xbox 360 Play & Charge Kit (sold separately).

### **SET UP YOUR WIRELESS CONTROLLER**

Before you can use your Xbox 360 Wireless Controller with your Xbox 360 console, you need to insert a battery pack.

#### **Insert Batteries**

The wireless controller uses disposable batteries or the Xbox 360 Rechargeable Battery Pack (sold separately). If you plan to use disposable batteries, you should familiarize yourself with the “Disposable Battery Safety” section that follows.



#### **Disposable Battery Safety**

Improper use of batteries may result in battery fluid leakage, overheating, or explosion. Risk of fire if batteries are replaced by an incorrect type. Released battery fluid is corrosive and may be toxic. It can cause skin and eye burns, and is harmful if swallowed. To reduce the risk of injury:

- Keep batteries out of reach of children.
- Do not heat, open, puncture, mutilate, or dispose of batteries in fire.
- Use only alkaline batteries, type AA (LR6).
- Do not mix new and old batteries.
- Remove the batteries if they are worn out or before storing your controller for an extended period of time. Do not leave batteries in the AA battery pack when it is not installed in the controller.
- If a battery leaks, remove all batteries, taking care to keep the leaked fluid from touching your skin or clothes. If fluid from the battery comes into contact with skin or clothes, flush skin with water immediately. Before inserting new batteries, thoroughly clean the battery compartment with a damp paper towel, or follow the battery manufacturer’s recommendations for cleanup.
- Dispose of batteries in accordance with local and national disposal regulations (if any).

Insert batteries according to the following instructions.

*To insert batteries into the wireless controller AA battery pack:*

- 1** Press the tab on the top of the AA battery pack and pull down to detach it

from the controller.

**2** Insert two new AA (LR6) batteries with their positive (+) and negative (-) ends as shown on the underside of the battery pack. For best performance, AA rechargeable batteries are not recommended.

**3** Slide the AA battery pack back into place on the controller and push it in to lock.



### **Remove Controller Batteries Aboard Aircraft**

Before boarding any aircraft or packing the wireless controller in luggage that will be checked, remove any batteries from the wireless controller. The wireless controller can transmit radio frequency (RF) energy, much like a cellular telephone, whenever batteries are installed.

### **Connect Your Wireless Controller to Your Console**

Your Xbox 360 Wireless Controller comes already wirelessly connected to your console, right out of the box. Should you need to reconnect your wireless controller to your console or connect to a different console, see “Add Wireless Controllers.”

### **Turn Your Console and Wireless Controller On**

To turn your console and controller on, press and hold the Xbox Guide button on your controller.

To turn on your console only, press the Power button on your console. To turn on your controller only, press the **Start** button on your controller.

### **Turn Your Console and Wireless Controller Off**

To turn your console and controller off, press and hold the Xbox Guide button on your controller for three seconds. Then select whether you want to turn off just your controller or both your controller and your console. (Selecting the console will turn off both the console and all connected controllers.)

Pressing the power button on your console will turn off both the console and any connected wireless controllers.

### **Select Language and Other Settings**

The first time you turn on your Xbox 360 console, you'll be prompted to enter a language. Follow the prompts to select a language for your console.

You can change language and other console settings in the **System** area of the Xbox

Dashboard, including time, audio, display, and automatic turn-off after six hours of non-use.

## **USING THE DISC DRIVE**

*To insert a disc:*

**1** Press the eject button to open the disc tray.

**2** Place the Xbox 360 game disc, audio CD, or DVD movie on the disc tray with

the label facing up (to the right if the console is vertical).

*To eject a disc:*

**1** Press the eject button to open the disc tray.

**2** Remove the disc.

**3** Press the eject button to close the disc tray.

**NOTE**

When the console is oriented vertically, make sure the disc is held in place by the tabs on the disc tray so that it doesn't fall.

**IMPORTANT**

To avoid jamming the disc drive and damaging discs or the console:

- Remove discs before moving the console or tilting it between the horizontal and vertical positions.
- Never use cracked discs. They can shatter inside the console and jam or break internal parts.
- When the console is vertical, do not use discs that are smaller than standard DVDs and CDs. If the disc drive jams or is damaged, contact Xbox Customer Support to have your console repaired or exchanged.

## TAREA DOCENTE 10

En esta tarea, el localizador deberá hacer frente a la traducción del tutorial de un videojuego, en este caso concreto del juego *Mii*, para la consola Wii de Nintendo, disponible en:

[http://www.nintendo.com/consumer/systems/wii/en\\_na/channelsMii.jsp](http://www.nintendo.com/consumer/systems/wii/en_na/channelsMii.jsp).

### **Mii Channel**

The Mii Channel lets you put yourself in the game by creating customizable characters that fit your personality. You can then use those characters in compatible games, attach them to messages in the Message Board, and even save them to your Wii Remote to take to a friend's house. **Please note** that only one Wii Remote can be used while in the Mii Channel.

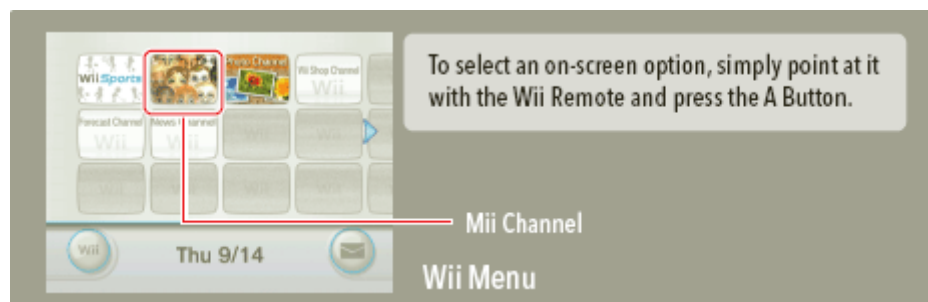
### **What are Miis for?**

Miis are customizable player characters that you and your friends can create. Here are just some of the fun things you can do with Miis:

- You can choose one of your Miis to be "you" in Mii-compatible games.
- You can store up to 100 Miis in your Mii Plaza
- You can carry Miis in your Wii Remote to exchange them with Miis in friends' Wii consoles. Yours will then appear in their games, and vice versa!
- You can exchange Miis with friends around the world via WiiConnect24 and Mii Parade.

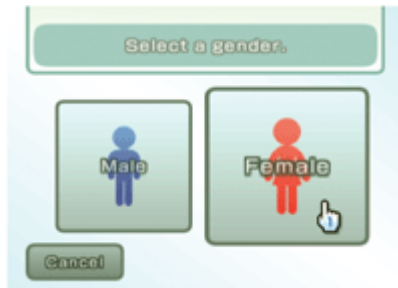
### **Making your first Mii**

1. From the main Wii Channel menu, select the Mii Channel with your Wii Remote.

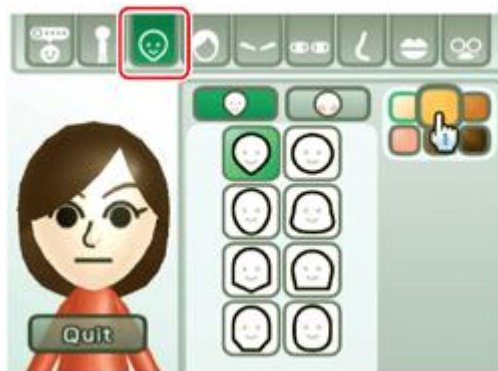


2. Select "Start".

3. Select the gender you would like the Mii to be (Male or Female).



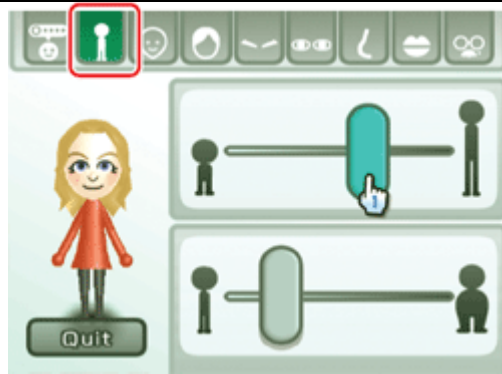
4. Change your Mii's face shape, hair color, and skin tone.



5. Use the Wii Remote to select the icons along the top to fine-tune your Mii's face by changing the eyes, eye brows, nose, and mouth. You can also add glasses and other accessories.



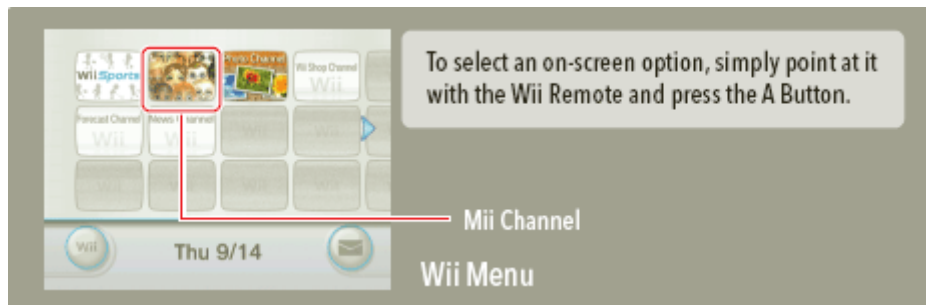
6. Use the body icon second from the left to adjust the Wii's body proportions with the sliders.



7. When finished, select "Quit" then "Save and Quit." (If you want to erase your Mii, you can do so from the Mii Plaza).
8. Use the Wii Remote to move the cursor over the letters and numbers to enter a nickname for your Mii.
9. When finished entering a Nickname, select "Ok." You will be then asked if you would like to allow your Mii to mingle. When mingle is on, Miis will travel to other Wii consoles and join other people's parades. No personal information is provided to other Wii owners.

### Creating more Miis

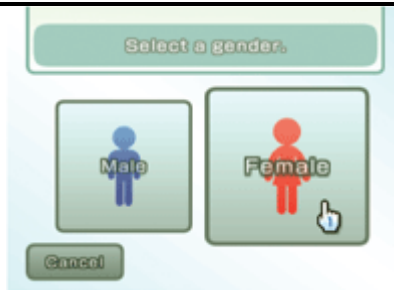
1. From the main Wii Channel menu, select the Mii Channel with your Wii Remote and select "Start".



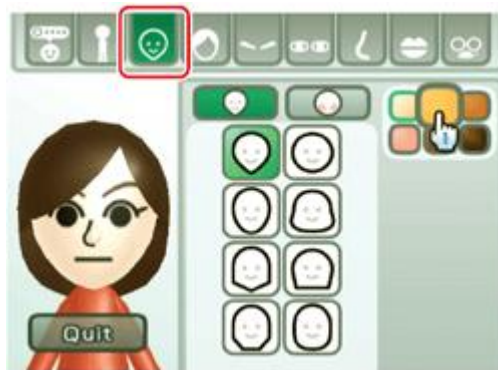
2. Select the "New Mii" icon.



3. Select the gender you would like the Mii to be (Male or Female).



4. If you would like to create a brand new Mii, select "Start from scratch." If you would prefer to use one of the many pre-made Miis to start with, select "Choose a look-alike."
5. Change your Mii's face shape, hair color, and skin tone.

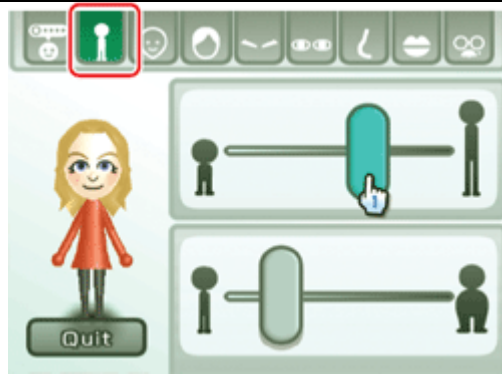


6. Use the Wii Remote to select the icons along the top to fine-tune your Mii's face by changing the eyes, eye brows, nose, and mouth. You can also add glasses and other accessories.



7. Use body icon second from the left to adjust the Wii's body proportions with the sliders.

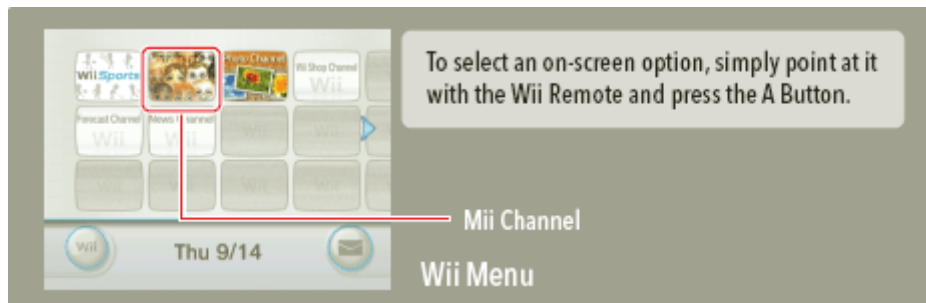




8. When finished, select "Quit". If you wish to save the Mii, select "Save and Quit". Use the Wii Remote to move the cursor over the the letters and numbers to enter a nickname for your Mii.
9. When finished entering a Nickname, select "Ok." You will be then asked if you would like to allow your Mii to mingle. When mingle is on, Miis will travel to other Wii consoles and join other people's parades. No personal information is provided to other Wii owners.

### Changing a Mii

1. From the main Wii Channel menu, select the Mii Channel with your Wii Remote and select "Start".



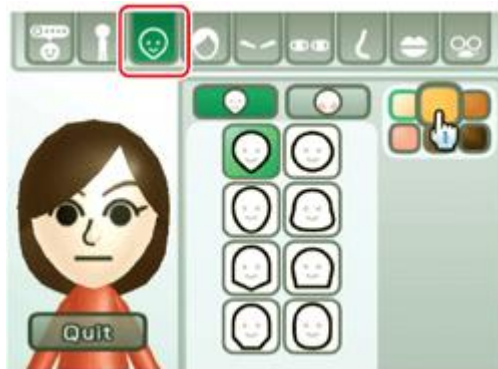
2. Select the "Edit Mii" icon.



3. Place the hand over the Mii you would like to edit, and then press and hold the A Button and B Button to grab the desired Mii. Drag the Mii over the "Edit Mii" Button and let go of the A and B Buttons to drop the Mii into the editor tool.



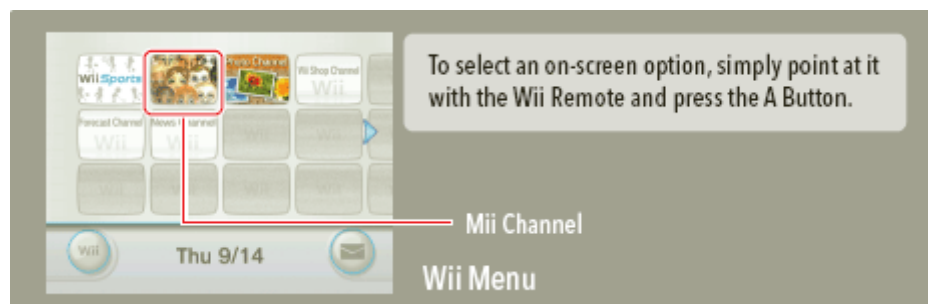
4. Use the icons along the top of the screen to change the Wii's characteristics.



5. When finished, select "Quit". If you wish to save the Mii, select "Save and Quit". Use the Wii Remote to move the cursor over the the letters and numbers to enter a nickname for your Mii.
6. When finished entering a Nickname, select "Ok." You will be then asked if you would like to allow your Mii to mingle. When mingle is on, Miis will travel to other Wii consoles and join other people's parades. No personal information is provided to other Wii owners.

### Creating a Profile for Your Mii

1. From the main Wii Channel menu, select the Mii Channel with your Wii Remote and select "Start".



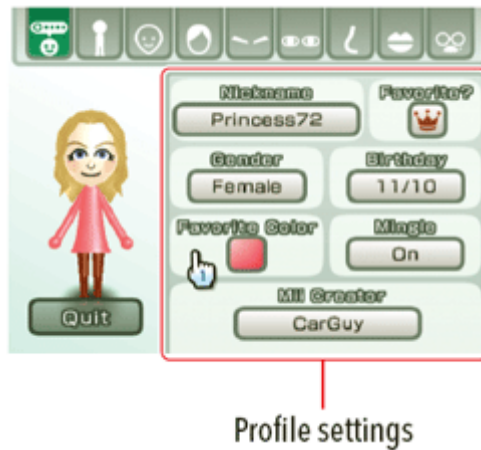
2. Select the "Edit Mii" icon.



3. Use the Wii Remote to select the Edit Mii icon along the top of the screen.



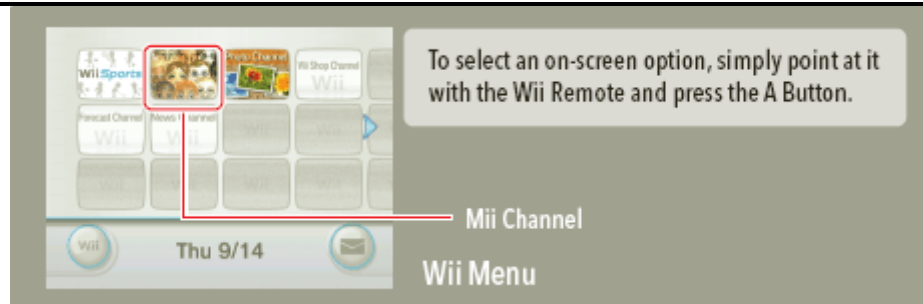
4. Make the desired changes to the Mii's profile.



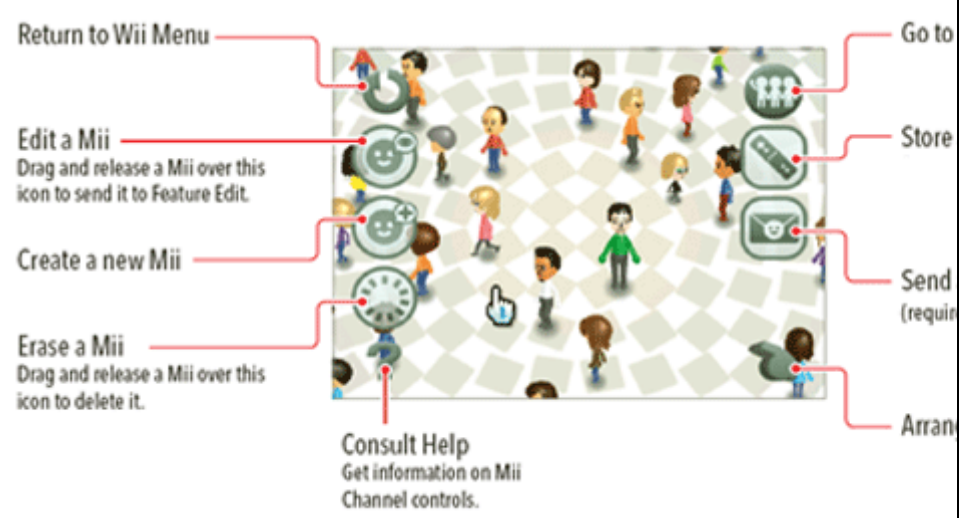
5. When finished, select "Quit". If you wish to save the Mii, select "Save and Quit".
6. When "Mingle" is on, Miis will travel to other Wii consoles and join other people's parades. No personal information is provided to other Wii owners.

### Using the Mii Plaza

1. From the main Wii Channel menu, select the Mii Channel with your Wii Remote and select "Start".



2. If you have already created a Mii, you will enter the Mii Plaza. Below are the different options of the Mii Plaza.



**Additional Mii Plaza Features:**

- Hold down the B Button and move the cursor to move the screen view.
- Press the + or - Buttons to zoom in and out on the screen.
- Select a Mii to display your Mii's label and its Favorite status
- Grab and move a Mii by selecting it with the Wii Remote and holding down the A and B Buttons. You can then drop it into different menu options by dragging it into the corresponding icon, then releasing the buttons.
- Important Note: A Mii that's dragged onto the Erase icon can't be recovered.

**Storing a Mii in Your Wii Remote**

You can store a Mii in your Wii Remote, letting you bring your Miis to a friend's house for use with their Mii-compatible games or to be used in their Mii Parade. You can also use your Wii Remote to grab Miis from your friend's Wii

system and later add it to your Mii Parade or your Mii-compatible games.

1. Select the Wii Remote icon from the Mii Plaza.



2. Select the Wii Remote you would like to store the Mii to (to add an additional Wii Remote, press "1" and "2" at the same time).



3. Place the cursor over the Mii you wish to store, and grab it by pressing B and A at the same time. Drag the Mii over to an available slot along the top of the screen.



4. Select "Save and Quit" when finished.

### Arranging Miis in Mii Plaza

1. Select the Organize icon in the Mii Plaza.



2. The following options will now be available:



Causes the Miis to scatter



Arranges the Miis by name alphabetically



Arranges by Favorite status



Arranges by Favorite Color



Arranges by gender



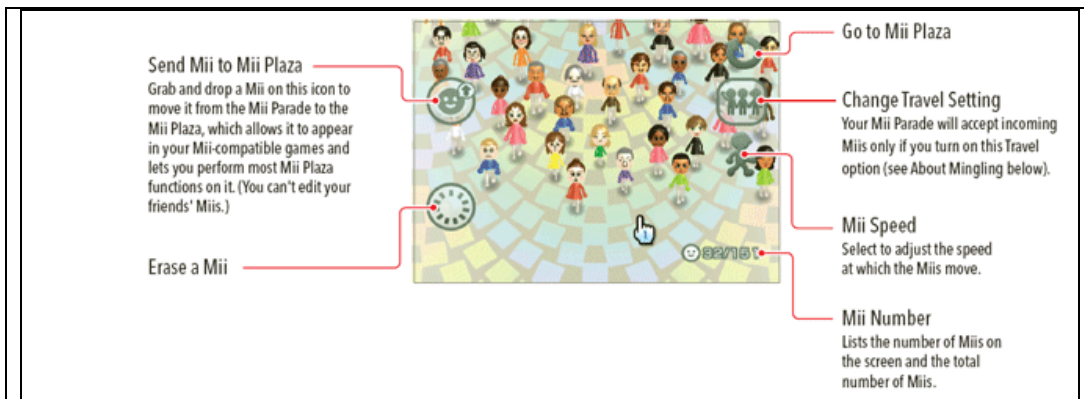
Lists the number of Miis in the Plaza

### **Mii Parade**

Visiting friends' Miis will gather in your Wii console's Mii Parade. You can then port those Miis over to your Mii Plaza, allowing you to use them in Mii-compatible games. In order for a friend's Mii to make it's way to your Mii Parade, the following requirements must be met:

- The individual Mii's profile is set to "Mingle" ([how to](#)).
- There are two ways for Miis to travel to other Wii consoles:
  - Store your Mii to a Wii Remote ([how to](#)) and bring it over to a friend's house and use it on their Wii console.
  - With WiiConnect24 enabled and your Wii Console connected to the internet, Miis will transfer to a friend's Wii console if you have both registered each other's Wii console in your own Address Book ([how to](#)).

### **Using the Mii Parade**



To send a Mii from the Mii Parade to the Mii Plaza:

3. Select the Mii Parade icon to enter the Mii Parade.



4. Place the hand over the Mii you would like to transfer, and then press and hold the A Button and B Button to grab the desired Mii.



5. Drop the Mii on the "Send Mii to Mii Plaza" icon.







#### **7.4. Metodología docente**

- Clases magistrales para la exposición de los contenidos teóricos y/o metodológicos.
- Clases prácticas en las que se aplicarán los conceptos teóricos expuestos en las sesiones teóricas.
- Realización de encargos de localización individuales y por grupos.

#### **7.5. Evaluación de la asignatura**

Los alumnos que asistan a un mínimo del 85% de las horas lectivas tendrán derecho al sistema de evaluación continua que consistirá en:

- Entrega de ejercicios prácticos individuales, que supondrán un 50% de la nota final.
- Entrega de ejercicios prácticos en grupo, que supondrán un 30% de la nota final.
- Examen final en el que se valorarán los contenidos teóricos y su aplicación práctica, que supondrá un 20% de la nota.

Para aprobar mediante el sistema de evaluación continua será necesario obtener una calificación mínima de 5 en cada parte.

Los alumnos que suspendan mediante el sistema de evaluación continua o que pierdan el derecho a la evaluación continua deberán presentarse a las convocatorias oficiales que constarán de:

- Examen teórico.

- Examen práctico.
- Entrega de un CD con todas los ejercicios prácticos propuestos durante el curso.

### **7.6. Requisitos para la docencia**

Se requerirá, por lo tanto, que el aula de aprendizaje cuente con ordenadores (uno por alumno) y que la Universidad disponga de diversas aplicaciones especializadas de uso habitual en el ámbito profesional para que los alumnos puedan familiarizarse con ellas. Además, las clases prácticas deberían estructurarse de manera que el número de alumnos fuese reducido. El acceso a este material es de suma importancia, ya que en una asignatura como la localización de videojuegos, de índole eminentemente práctica, tan sólo será posible que los alumnos interioricen los conocimientos adquiridos si pueden enfrentarse a las tareas tal y como lo harían en la vida profesional real, es decir, mediante ejercicios prácticos de simulación profesional, que reflejen fielmente las condiciones de la práctica profesional de la localización de videojuegos.

En resumen, mediante una asignatura de Localización de videojuegos los alumnos conseguirán:

- Asentar los conocimientos informáticos adquiridos previamente en la asignatura Informática aplicada a la traducción.
- Entender la interdependencia de los procesos GILT.
- Identificar posibles dificultades o problemas que presentará un videojuego que no haya sido internacionalizado previamente.

- Desarrollar una serie de estrategias de traducción para resolver dichos problemas en el futuro.
- Organizar su trabajo en función de unos plazos de entrega determinados, así como enfocar su método de trabajo hacia un entorno de trabajo en equipo.
- Adquirir una formación específica sobre los programas y las herramientas de localización de videojuegos más utilizados en el sector profesional.
- Obtener una visión práctica del mundo profesional de la localización de videojuegos.

Esta propuesta didáctica pretende servir de punto de partida para el desarrollo académico de metodologías de trabajo en el aula de localización de videojuegos. También pretende hacer una tipologización de aspectos que habrán de ser tratados en las sesiones de corte más teórico y/o metodológico. Indudablemente, la enseñanza de la localización de videojuegos (de grado o de posgrado) no constituye un bloque temático separado del resto de la formación que recibe un futuro graduado o posgraduado en Traducción e Interpretación, sin embargo, su especificidad teórica, metodológica y práctica, requiere un acercamiento diferenciado, que permita capacitar a los alumnos para el ejercicio profesional de esta modalidad de traducción.



**CAPÍTULO 8:**  
**CONCLUSIONES**



La importancia que la industria del software de entretenimiento ha adquirido en los últimos años, así como sus previsiones de crecimiento, provocan que el sector de la localización de videojuegos se profile como una de las principales salidas profesionales en el ámbito de la traducción en la actualidad y en el futuro.

El inglés ha dejado de ser la lengua universal de los avances tecnológicos y los usuarios demandan, cada vez más, productos con los que poder interactuar en su lengua materna. Los hablantes de español somos un buen ejemplo de consumidores de tecnología, y el sector de los videojuegos constituye un ejemplo muy representativo de la demanda acuciante de aplicaciones localizadas.

Como hemos explicado a lo largo del presente trabajo, aunque la producción de videojuegos en nuestro país es escasa, este sector se sitúa a la cabeza del mercado audiovisual con un 57% de cuota de mercado, por lo que queda patente que la mayoría de los títulos que adquirimos proceden de otros países y, por ende, estarán adaptados a otras lenguas y culturas diferentes de la nuestra. Si tenemos en cuenta que, en la actualidad, la mayor parte de la producción audiovisual que se exhibe en nuestro país ha pasado por un proceso de doblaje al español, parece lógico que esos mismos usuarios esperen poder acceder también a videojuegos en su lengua materna. Por lo tanto, para lograr que estos productos gocen de éxito y aceptación en nuestra cultura, resulta imprescindible someter el videojuego en cuestión a un proceso de localización,

con el fin de conseguir que los usuarios perciban el videojuego como si hubiese sido creado en su país y en su lengua materna.

A pesar de que los videojuegos llegaron a España hace ya más de tres décadas, por aquel entonces tan sólo se habían traducido los manuales o las cajas de algunos videojuegos y no fue hasta 1999 cuando la localización de los videojuegos empezó a realizarse en nuestro país, incorporando ya en esas fechas el doblaje de las voces de los personajes.

Al concluir nuestra investigación llegamos a la conclusión de que la localización de videojuegos constituye una rama de la traducción que está muy ligada a otras modalidades. En primer lugar, se asemeja a la traducción literaria en cuanto que ambas contienen un hilo argumental, muchas veces con diálogos y narraciones que han de traducirse. No obstante, el traductor literario no se verá sometido a las duras restricciones de espacio a las que se enfrenta un localizador, factor que nos lleva a la siguiente modalidad de traducción ligada a la localización de videojuegos: la traducción audiovisual.

Ambas ramas (traducción literaria y audiovisual) comparten, sin duda, muchas características en común, principalmente el proceso de doblaje o de subtitulado por el que pasan. Sin embargo, mientras que un traductor audiovisual se enfrenta, de media, a la traducción de productos audiovisuales de un máximo de 3 horas, como es el caso de algunos largometrajes, el localizador deberá ser capaz de atraer al usuario y mantener su atención durante un periodo de tiempo 18 veces mayor, lo que sin duda constituye un reto superior.



Por último, la naturaleza informática de los videojuegos nos lleva a la última modalidad de traducción ligada a la localización de videojuegos: la localización de software, con la que comparte ciertos aspectos técnicos en común, tales como la codificación de caracteres, el uso de variables o frecuentes restricciones de caracteres por cuestiones de espacio. Sin embargo, a pesar de dichas similitudes observamos que el fin último de ambos productos impide clasificarlos en la misma categoría y el factor de entretenimiento adscrito a los videojuegos exige una mayor creatividad por parte del localizador de videojuegos que la que se exige a un localizador de software.

Al finalizar nuestro trabajo de campo pudimos confirmar que, al igual que en cualquier otra rama de la traducción, el primer aspecto que el localizador debe tener en cuenta es el receptor. No será lo mismo trabajar en la localización de un videojuego destinado a un público infantil que trabajar con un videojuego destinado a mayores de 18 años.

Asimismo, pudimos corroborar las hipótesis de partida que formulábamos antes de comenzar nuestra investigación llegando a la conclusión de que cuando el localizador se enfrenta a un videojuego creado a partir de otro producto, éste se verá obligado tanto a respetar las soluciones adoptadas previamente como a reproducir fielmente el estilo del producto original, para mantener el concepto de invisibilidad de la traducción o, en este caso, invisibilidad de la localización, es decir, aunque el localizador no haya tenido relación alguna con la traducción del producto original, ya sea un libro o una película, este hecho no tendría que apreciarse en la localización del videojuego.

En lo que concierne a la subsanación de pérdida de referencias culturales, otro de los ejes centrales de nuestra investigación, constatamos que se trata de una cuestión delicada que no dependerá del localizador, sino de los responsables del proyecto, aunque, por lo general, se tenderá a mantener una coherencia entre las soluciones del localizador y las soluciones adoptadas por los traductores del producto a partir del cual surge el videojuego.

El vacío académico existente en torno a la localización ha hecho que el proceso de documentación haya sido una tarea bastante ardua, dada la escasa bibliografía disponible, en comparación con la bibliografía existente acerca de otras modalidades de traducción, al menos en lo que respecta a los medios académicos habituales, puesto que sí encontramos documentación y publicaciones más relacionadas con la industria de la localización.

La fase de elaboración de nuestro análisis también ha sido dura, sobre todo en lo que concierne a la extracción de los ejemplos debido a la naturaleza interactiva del producto con el que trabajábamos: un videojuego. A diferencia de otros productos como un libro, para cuyo análisis podemos movernos rápidamente hacia delante o hacia atrás entre las páginas, o una película que podemos examinar de principio a fin simplemente pulsando un botón para retroceder o avanzar entre las imágenes, en un videojuego esta tarea se perfila más compleja y tan sólo podemos avanzar jugando. Por lo tanto, dependiendo de lo buenos que seamos jugando nuestro trabajo se desarrollará en más o menos tiempo.

No obstante, a pesar de las dificultades encontradas, entendemos que a lo largo de nuestra investigación hemos conseguido alcanzar, en gran medida, los objetivos que nos planteábamos al inicio de este proyecto. A este respecto, esta tesis doctoral nos ha permitido analizar aspectos de la localización que, hasta la fecha, no habían sido abarcados desde una perspectiva traductológica de forma sistemática.

De este modo, esta tesis doctoral pretende contribuir modestamente al establecimiento de unas bases teórico-metodológicas de la traducción-localización de videojuegos desde una perspectiva académica, que puedan servir de referencia para futuras investigaciones dentro del ámbito de la localización, en general, y de la localización de videojuegos en particular. A este respecto, lo novedoso de nuestra investigación radica en lo siguiente:

- Recopilamos diferentes definiciones (localización, internacionalización y globalización) de tres de los principales factores del proceso GILT enunciadas desde diferentes sectores y proponemos otras nuevas desde un punto de vista traductológico.
- Realizamos una propuesta de tipologización de la localización en función del producto traducido.
- Abordamos los videojuegos desde una perspectiva traductológica, ofreciendo, a este respecto una clasificación triple de este tipo de productos multimedia.

- **Tipos de videojuegos según la interfaz utilizada para jugar,** puesto que la plataforma a la que vaya destinado el videojuego nos proporcionará los primeros datos acerca de sus características, por ejemplo, un juego para PC no nos impondrá tantas restricciones de espacio como uno para una consola portátil.
- **Tipos de videojuegos según la temática,** clasificación que incluimos por considerar que el género de un videojuego también adelanta al localizador muchas de las características que va a contener el encargo. Por ejemplo, un juego de rol contendrá mucho más texto que uno de plataformas, un juego de acción probablemente contenga un registro muy coloquial de la lengua, etc.
- **Tipos de videojuegos según al público al que van dirigido.** Obviamente esta clasificación no la creamos nosotros, sino los gobiernos de cada país, aunque sí consideramos oportuno incluirla en nuestra tipificación, dado que consideramos que resulta importante para el localizador que éste sea consciente de algunos de los requisitos necesarios para que la localización pueda ser clasificada en la categoría que desee la desarrolladora del juego.

- Por otro lado, ofrecemos un esquema en el que plasmamos los aspectos localizables de un videojuego.
- Realizamos también una propuesta de clasificación de las fases del proceso de localización de videojuegos.
- Ofrecemos una clasificación de las diferentes tipologías textuales presentes en un videojuego, cuya validez comprobamos al ponerla en práctica en el análisis del videojuego *Harry Potter y la piedra filosofal*.
- Proponemos una clasificación de aspectos lingüísticos, culturales, extralingüísticos y técnicos relevantes en la localización de un videojuego que ponemos en práctica a la hora de analizar el videojuego *Harry Potter y la Piedra Filosofal*.
- También formulamos una propuesta didáctica específica para la localización de videojuegos, buscando, en última instancia, llenar el vacío académico existente en la mayoría de los planes de estudio actuales, de Grado y/o de Posgrado, dentro del ámbito de la Traducción e Interpretación.

Basándonos en las conclusiones extraídas tras la elaboración del presente trabajo, pensamos, pues, que la naturaleza de los videojuegos como forma de entretenimiento requiere un nuevo enfoque traductológico. Por ello, consideramos de suma importancia que la formación universitaria se adapte a las nuevas ramas de traducción que surgen a partir de los adelantos tecnológicos y

contribuyan a la formación de los futuros traductores en el ámbito de la localización, sector que, a día de hoy, constituye una de las principales salidas profesionales de los egresados en Traducción e Interpretación, al mismo nivel que la localización de software y de páginas web.

El traductor contemporáneo debe adaptarse a los cambios que se producen en su sociedad y esta adaptación pasa también por una reorientación de los enfoques teóricos de la traducción reconociendo y diferenciando a la localización como una nueva rama de la disciplina. El momento actual en el que nos encontramos con la introducción de la Reforma Universitaria dentro del Espacio Europeo de Educación Superior (EEES) propicia además ese cambio, permitiendo una actualización de los planes de estudio con el fin de conseguir adaptar la Universidad a las necesidades sociales y a los perfiles profesionales que van surgiendo paralelamente a los avances tecnológicos.

Resulta sorprendente que, a día de hoy, la reflexión traductológica en torno a la localización, en general, y a la localización de videojuegos, en particular, siga siendo tan marginal en el conjunto de los estudios de Traducción e Interpretación. Esta tesis tenía por objeto intentar suplir esta situación de marginalidad. Si de alguna forma se ha conseguido avanzar en este campo, la empresa habrá merecido la pena.

**CAPÍTULO 9:**  
**BIBLIOGRAFÍA CITADA**  
**EN LA TESIS DOCTORAL**





- ALCAIDE, E., 1996. "La interjección", en Fuentes, C. y Alcaide, E. *La expresión de la modalidad en el habla de Sevilla*. Sevilla: Servicio de Publicaciones del Ayuntamiento de Sevilla.
- ALÉN, C., 2004. *Localización do programa Infarview 3.85*. Trabajo fin de carrera. Universidad de Vigo.
- ARDERIU, X., 2002. Llengua i localització. *Revista Tradumàtica – Traducció i Tecnologies de la Informació i la Comunicació 01: La Localització*. Disponible en URL: <http://www.fti.uab.cat/tradumatica/revista> [Fecha de consulta 19 de noviembre de 2009]
- ARRIZABALAGA, M.I., 2007. "Revisión de la teoría de los polisistemas. De los Estudios Literarios a la Teoría de la Catástrofe; Una mirada al gusto de Bo Kampmann Walther" en *Revista Observaciones Filosóficas*. Nº5. Disponible en URL: <http://www.observacionesfilosoficas.net/revisiodelateoriadelos.html> [Fecha de consulta: 6 de septiembre de 2009]
- AUSTERMÜHL, F., 2001. *Electronic tools for translators*. Manchester: St Jerome Publishing.
- AUSTERMÜHL, F., 2003. "Training translators to localize" en *Localization and Translator Training an online conference 20-29 November 2003*. Disponible en URL: [http://isg.urv.es/seminars/2003\\_localization\\_online/austermuehl.html](http://isg.urv.es/seminars/2003_localization_online/austermuehl.html) [Fecha de consulta: 19 de noviembre de 2009]
- ÁVILA, A., 1997. *El doblaje*. Madrid: Cátedra.
- ÁVILA, A., 1997b. *La censura del doblaje cinematográfico en España*. Barcelona: Cims.
- BALLARD, M., 1992. *De Ciceron à Benjamin*. Lille: Presses Universitaires de Lille.
- BARRERAS, P., 2003. "Localización de videojuegos" en *Meristation*. Disponible en URL: [http://www.meristation.com/v3/des\\_articulo.php?id=4425&pic=GEN](http://www.meristation.com/v3/des_articulo.php?id=4425&pic=GEN) [Fecha de consulta: 27 de enero 2010]
- BASSNETT-McGUIRE, S., 1980. *Translation Studies*, Londres: Routledge.
- BELL, R.T., 1991. *Translation and Translating*, Londres: Longman.
- BELLI, S. y LÓPEZ, C. 2008. "Breve historia de los videojuegos", en *Athenea Digital*, 14: 159-179. Disponible en URL: <http://psicologiasocial.uab.es/athenea/index.php/atheneaDigital/article/view/570/437> [Fecha de consulta: 29 de mayo de 2009]

- BERENGUER, L., 1996. Didáctica de segundas lenguas en los estudios de traducción. En A. Hurtado, *La enseñanza de la traducción*, Castellón de la Plana: Universitat Jaume I, 1996, 9-29.
- BERNAL-MERINO, M.A., 2006. On the Translation of Video Games. *The Journal of Specialised Translation*, Issue 6. Disponible en URL: [http://www.jostrans.org/issue06/art\\_bernal.pdf](http://www.jostrans.org/issue06/art_bernal.pdf) [Fecha de consulta: 23 de febrero de 2010]
- BERNAL-MERINO, M.A., 2007. *Challenges in the translation of video games. Tradumàtica – Traducció i Tecnologies de la Informació i la Comunicació 05: Localització de videojocs.* Disponible en URL: <http://www.fti.uab.cat/tradumatica/revista> [Fecha de consulta: 23 de febrero de 2010]
- BERNAL-MERINO, M.A., 2008. “Where terminology meets literature”, en *Multilingual* October/November 2008, pp.42-46.
- BERNAL-MERINO, M.A., 2009. “Video games and children’s books in translation”, en *The Journal of Specialised Translation*, Issue 11, pp.234-247.
- BOTELLA, C., 2006. “La naturalización del humor en la traducción audiovisual (TAV): ¿Traducción o adaptación? El caso de los doblajes de Gomaespuma: ALI G INDAHOUSE”, en *Revista Tonos Digital*, número 12. Disponible en URL: <http://www.tonosdigital.es/ojs/index.php/tonos/article/view/72/72> [Fecha de consulta: 7 de marzo de 2010]
- BRAVO, J.M., 2005. “La investigación en traducción cinematográfica en España: el doblaje (inglés-español), en MERINO, R., SANTAMARÍA, J.M; PAJARES, E. 2005. *Trasvases culturales: Literatura, Cine, Traducción*. 4. Bilbao: Universidad del País Vasco. pp.123-144
- BRONSTED, K. y DOLLERUP, CAY., 2004. “The names in Harry Potter.” *Perspectives: Studies in Translatology* 12 (1), pp. 56-72.
- BROOKS, D., 2000. “What Price Globalization? Managing Costs at Microsoft”, en SPRUNG, R. *Translating into success: cutting-edge strategies for going multilingual in a global age*. Amsterdam: John Benjamins, pp. 43-58
- CADIEUX, P y ESSELINK, B., 2002. GILT: “Globalization, Internationalization, Localization, Translation”, *The Globalization Insider*. Disponible en URL: [http://www.lisa.org/globalizationinsider/2002/03/gilt\\_globalizat.html](http://www.lisa.org/globalizationinsider/2002/03/gilt_globalizat.html) [Fecha de consulta: 27 de enero de 2010]

- CALZADA, M., 2002. "Traducción antropofágica: Pedro Almodóvar se come en mundo en Todo sobre mi Madre". En Román Álvarez, (Ed.). *Cartografías de la traducción. Del Postestructuralismo al Multiculturalismo*. Salamanca: Almar.
- CAMPOS, N. y ORTEGA, E., 2005. *Panorama de lingüística y traductología*. Cuenca: Universidad Castilla-La Mancha.
- CARBONELL I CORTÉS, O., 1999. *Traducción y cultura. De la ideología al texto*. Salamanca: Ediciones Colegio de España.
- CARRASCO, R., 2006. "Propuesta de tipología básica de los videojuegos de PC y Consola". *Icono* 14, nº7. Disponible en URL: [http://www.icono14.net/revista/num7/articulos/rafael\\_carrasco.pdf](http://www.icono14.net/revista/num7/articulos/rafael_carrasco.pdf) [Fecha de consulta: 30 de diciembre de 2010]
- CASTRO, X., 1999. "Sobre ayes y puajs", en *El trujamán*. Disponible en URL: [http://cvc.cervantes.es/trujaman/anteriores/marzo\\_99/17031999.htm](http://cvc.cervantes.es/trujaman/anteriores/marzo_99/17031999.htm) [Fecha de consulta: 4 de abril de 2010]
- CATFORD, J.C., 1965. *A linguistic Theory of Translation: An Essay in Applied Linguistics*, Londres: Oxford University Press.
- CHANDLER, H., 2005. *The Game Localization Handbook*. Massachusetts: Charles River Media.
- CHANDLER, H., 2008. "Practical skills for video game translators", en *Multilingual* October/November 2008, pp.34-37.
- CHAUME, F., 2003. *Doblatge i subtitulació per a la TV*. Barcelona: Eumo.
- Comité sectoriel de l'industrie canadienne de la traduction, 1999. *L'industrie canadienne de la traduction*. Disponible en URL: <http://www.uottawa.ca/associations/csict/princi-f.htm> [Fecha de consulta: 5 de noviembre de 2009]
- CORTE, N., 2000. *Web Site Localisation and Internationalisation: a case study*. Disponible en URL: <http://wise.vub.ac.be/members/mushtaha/PhD/phd-activity/noeliacorte.pdf> [Fecha de consulta: 11 de noviembre de 2009]
- CORTE, N., 2002. "Localización e internacionalización de sitios web". *Revista Tradumàtica – Traducció i Technologies de la Informació i la Comunicació* 01: La Localització. Disponible en URL: <http://www.fti.uab.cat/tradumatica/revista> [Fecha de consulta: 6 de septiembre de 2009]
- COSTANZO, A., 2007. "2007 año record en consumo de videojuegos y consolas". Disponible en URL: <http://www.n->

economia.com/notas\_alerta/pdf/ALERTA\_NE\_17-2008.PDF [Fecha de consulta: 6 de junio de 2009]

CROSIGNANI, S., BALLISTA, A. y MINAZZI, F., 2008. "Preserving the spell in games localization", en *Multilingual* October/November 2008, pp.38-41.

DELISLE, J., 1988. *Translation: an interpretative approach*, Ottawa: University Press.

DI MARCO, F., 2007. *Cultural Localization: Orientation and Disorientation in Japanese Video Games*. Revista Tradumàtica – Traducció i Tecnologies de la Informació i la Comunicació 05: Localització de videojocs. Disponible en URL: <http://www.fti.uab.cat/tradumatica/revista> [Fecha de consulta: 29 de mayo de 2009]

DÍAZ CINTAS, J., 2003. *Teoría y práctica de la subtitulación Inglés-español*. Barcelona: Ariel.

DÍAZ MONTÓN, D., 2006. "Entresijos de la localización." *Meristation*. Disponible en URL: [http://www.meristation.com/v3/des\\_articulo.php?id=cw443a3eb5db755&idp=&pic=HRD](http://www.meristation.com/v3/des_articulo.php?id=cw443a3eb5db755&idp=&pic=HRD) [Fecha de consulta: 10 de enero de 2010]

DIETZ, F., 2006. "Issues in localizing computer games", en Dunne, K. *Perspectives on Localization*. Amsterdam: John Benjamins, pp.121-134.

DOHLER, P., 1997. "Facets of software localization". *Translator Journal*. Nº1, Volume 1. Disponible en URL: <http://accurapid.com/Journal/softloc.htm> [Fecha de consulta: 27 de enero de 2010]

DUBOIS, J., 1973. *Dictionnaire de linguistique*, Paris: Larousse.

DUNNE, K., 2006. *Perspectives on Localization*. Amsterdam-Filadelfia: John Benjamins.

DUQUE, F., 1994. "Aquí y ahora desde la hermenéutica". *Revista de Filosofía*, nº8, 55-61.

EDWARDS, T., 2008. "Reaching the global gamer", en *Multilingual* October/November 2008, pp.26-27.

EGENFELDT-NIELSEN, S; HEIDE, J. PAJARES, S., 2008. *Understanding videogames: the essential introduction*. New York: Routledge.

ESPOSITO, N., 2004. "Émulation et conservation du patrimoine culturel lié aux jeux video." *Proceedings of ICHIM 04 (Digital Culture and Heritage)*. Disponible en

URL: [http://www.archimuse.com/publishing/ichim04/3391\\_Esposito.pdf](http://www.archimuse.com/publishing/ichim04/3391_Esposito.pdf) [Fecha de consulta: 4 de abril de 2010]

ESSELINK, B., 2000. *A practical guide to localization*. Amsterdam; Philadelphia: John Benjamins Pub. Co.

FERNÁNDEZ BLANCO, V., 1998. *El cine y su público en España. Un análisis económico*. Madrid: Fundación Autor

FERNÁNDEZ, A., 2007. "Anàlisi de la localització de Codename: Kids Next Door-Operation V.I.D.E.O.G.A.M.E". *Revista Tradumàtica – Traducció i Tecnologies de la Informació i la Comunicació* 05: Localització de videojocs. Disponible en URL: <http://www.fti.uab.cat/tradumatica/revista> [Fecha de consulta: 23 de febrero de 2010]

FERREIRO, M.O. 2007. *A localización de software ao galego: estado da cuestión, ferramentas dispoñibles e proposta de formación*. Trabajo fin de carrera. Universidad de Vigo.

FINEGAN, P., 2006. "Games: quality, localization and the world market". *Revista Multilingual*, December 2006, pp.56-61

FLORIN, S. 1993., "Realia in translation", en Zlateva, P. (ed. y trad.) *Translation as Social Action. Russian and Bulgarian Perspectives*. Londres/Nueva York: Routledge, pp. 122-128.

FLOTOW, L. V., 1997. *Translating and gender: translating in the "Era of feminism"*. Manchester: St Jerome.

FORMOSO PÉREZ, S., 2008. "Música en los videojuegos", en *I Jornadas de Alumnos de Informática sobre juegos: matemática recreativa e implementación de videojuegos*. Universidad de Málaga.

FRANCO AIXELÁ, J., 2000. *La traducción condicionada de los nombres propios (Inglés-Español): Análisis descriptivo*. Salamanca: Almar.

GARRIDO, C., 2001. *Aspectos Teóricos e Prácticos da Tradução Científico-Técnica (Inglês> Galego)*. Santiago de Compostela: Associação Galega da Língua.

GIL, A. y VIDA, T., 2007. *Los videojuegos*. Barcelona: Editorial UOC.

GONZÁLEZ, B., 2006. *La localización del software de entretenimiento. Análisis crítico de un fragmento de la traducción al español de Los Sims 2*. Trabajo fin de carrera. Universidad de Vigo.

- GONZÁLEZ, J., 2003. *El reto de la traducción multimedia del videojuego The Legend of Zelda: Link's Awakening DX (francés-español)*. Trabajo fin de carrera. Universidad de Vigo.
- GONZÁLEZ, M.D. y VEIGA, M.T., 2003. "Nombres propios y pérdida de significado en la traducción al español de la serie literaria de Harry Potter", en *Anuario de Investigación en Literatura Infantil y Juvenil* nº1, pp.107-129.
- HATIM, B. y MASON, I., 1990. *Discourse and the translator*. Londres: Longman.
- HATIM, B. y MASON, I., 1997. *The Translator as Communicator*. London; New York: Routledge.
- HERMAN, L., HORWITZ, J. y MILLER, S., 2002. *The history of videogames*. Disponible en URL:  
[http://serialkiller.org/articles/videogames\\_history/videogames\\_history.pdf](http://serialkiller.org/articles/videogames_history/videogames_history.pdf)  
 [Fecha de consulta: 5 de noviembre de 2009]
- HERMANS, T., 1999. *Translation in Systems. Descriptive and System-oriented Approaches Explainer*, Translation Theories Explained, Manchester: St. Jerome.
- HERNÁNDEZ BARTOLOMÉ, A.I., 2005. "El cine de animación: un caso especial de traducción audiovisual" ", en MERINO, R., SANTAMARÍA, J.M; PAJARES, E. 2005. *Trasvases culturales: Literatura, Cine, Traducción*. 4. Bilbao: Universidad del País Vasco. pp. 211-223
- HEWSON, L. y MARTIN, J., 1991. *Redefining Translation. The variational Approach*. Londres: Routledge.
- HOLMES, J.S., 1972. "The name and nature of translation studies." En Venuti, L. *The translation studies reader*, Londres: Routledge, 2000, 172-185.
- HOOF, H.van., 1991. *Histoire de la traduction en Occident*. París: Duculot.
- HOUSE, J., 1977. *A Model for Translation Quality Assessment*. Tubinga: Gunter Narr.
- HURTADO ALBIR, A., 1996. *La enseñanza de la traducción*. Castellón de la Plana: Universitat Jaume I.
- HURTADO ALBIR, A., 2001. *Traducción y Traductología. Introducción a la Traductología*. Madrid: Cátedra.
- JAKOBSON, R., 1959. On linguistic aspects of translation. En Venuti, L., *The translation studies reader*. Londres: Routledge, 2000, 113-118.

- JIMÉNEZ CRESPO, M.A., 2008. *El proceso de localización web: estudio contrastivo de un corpus comparable del género sitio web corporativo*. Tesis doctoral. Universidad de Granada.
- KATAN, D., 1999. *Translating cultures*. Reino Unido: St. Jerome Publishing.
- LAFARGA, F. y PEGENAUTE, L., 2004. *Historia de la traducción en España*. Salamanca: Ambos mundos.
- LÉPINETTE, B. y MELERO, A., 2003. *Historia de la traducción*. Universidad de Valencia, Facultad de Filología.
- LEVIS, D., 1997. *Los videojuegos, un fenómeno de masas: qué impacto produce sobre la infancia y la juventud más próspera del sistema audiovisual*. Barcelona: Paidós.
- LLÁCER, E. V., 1997. *Introducción a los estudios sobre traducción: historia, teoría y análisis descriptivos*. Universitat de Valencia.
- LOMMEL, A. y RAY, R., 2007. *LISA Globalization Industry Primer*. Romainmôtier, Suiza: LISA.
- LÓPEZ GUIX, J.G. y MINETT WILKINSON, J., 1997. *Manual de traducción Inglés-Castellano*. Barcelona: Gedisa.
- LÓPEZ NIETO, D., 2006. "Análisis del contexto histórico y tecnológico del origen de los videojuegos" en *Icono 14*. Revista de Comunicación y nuevas tecnologías. Num. 8. Disponible en URL: [http://www.icono14.net/revista/num8/index\\_num8.html](http://www.icono14.net/revista/num8/index_num8.html) [Fecha de consulta: 2 de diciembre de 2009]
- LORENZO, L., 2000. "Características diferenciales de la traducción audiovisual (I). EL papel del traductor para el doblaje", en LORENZO, L. y PEREIRA, A. 2000. *Traducción subordinada (I). El doblaje (inglés-español/galego)*. Universidade de Vigo.
- MANGIRON, C. y M. O'HAGAN., 2006. "Game Localisation: Unleashing Imagination with 'Restricted' Translation." *JoSTrans, The Journal of Specialised Translation* 6: 10-21.
- MARKOFF, J., 2002. "A Long Time Ago, in a Lab Far Away", *The New York Times*. Disponible en URL: <http://www.nytimes.com/2002/02/28/technology/a-long-time-ago-in-a-lab-far-away.html?pagewanted=2> [Fecha de consulta: 18 de febrero de 2010]
- MARTÍN DEL POZO, M.A., 2000. *La localización de software: una especialidad incipiente en los estudios de traducción*. Tesis doctoral. Universidad de Valladolid.

- MARTÍN, P. Y MARTÍNEZ, J., 2005. "El creador de Snake recibe el premio especial del Mobil Entertainment Forum (MEF)". Disponible en URL: <http://www.nokia.es/home/acerca-de-nokia/prensa/vercomunicados?newsid=-1172> [Fecha de consulta: 23 de febrero de 2010]
- MARTÍNEZ GARCÍA, A., 1996. "Cultura y traducción". En *Contrastes*. Revista Interdisciplinar de Filosofía, vol.I, pp.173.190. Universidad de Málaga.
- MARTÍNEZ, E. y BALADRÓN, A. J., 2005. "Los videojuegos como contenido de la telefonía móvil: dimensión publicitaria e implicaciones jurídicas", en *III Congrés Internacional Comunicació i Realitat*, vol. 1, pp. 251-262. Disponible en URL: [http://cicr.blanquerna.url.edu/2005/Abstracts/PDFsComunicacions/vol1/04/MARTINEZ\\_Esther\\_BALANDRON\\_Antonio.pdf](http://cicr.blanquerna.url.edu/2005/Abstracts/PDFsComunicacions/vol1/04/MARTINEZ_Esther_BALANDRON_Antonio.pdf) [Fecha de consulta: 19 de febrero de 2010]
- MARX, C., 2007. *Writing for Animation, Comics, and Games*. Burlington: Focal Press.
- MOLINA MARTÍNEZ, L., 2001. *Análisis descriptivo de la traducción de los culturemas árabe-español*. Tesis doctoral. Universitat Autònoma de Barcelona.
- MOLINA, L., 2006. *El otoño del pingüino: análisis descriptivo de la traducción de los culturemas*. Castelló de la Plana: Publicacions de la Universitat Jaume I.
- MONTFORT, N. y BOGOST, I., 2009. *Racing the beam. The Atari Video Computer System*. London: MIT Press.
- MOUNIN, G., 1963. *Les problèmes théoriques de la traduction*. París: Gallimard.
- MOUNIN, G., 1965. *Teoria e storia della traduzione*. Turín: Einaudi.
- MOUNIN, G., 1971. *Los problemas teóricos de la traducción*. Versión española de Julio Lago Alonso. Madrid: Gredos.
- MOUNIN, G., 1976. *Linguistique et traduction*. Bruxelles: Dessart&Mardaga.
- MOYA, V., 2000. *La traducción de los nombres propios*. Madrid: Cátedra.
- MUNDAY, J., 2001. *Introducing Translation Studies. Theories and Applications*. New York/London: Routledge.
- MUÑOZ, P. 2007. *Manual de traducción de videojuegos. El fascinante mundo del romhacking*. Disponible en URL: [http://sayans.romhackhispano.org/old/documentos/manual\\_de\\_traducion\\_de\\_videojuegos.pdf](http://sayans.romhackhispano.org/old/documentos/manual_de_traducion_de_videojuegos.pdf) [Fecha de consulta: 8 de septiembre de 2009]



- MUSBURGER, R. B., 2007. *An Introduction to Writing for Electronic Media. Scriptwriting essentials across the genres*. Burlington: Focal Press.
- NEWMARK, P., 1981. *Approaches to translation*, Oxford: Pergamon Press.
- NEWMARK, P., 1988. *A Textbook of translation*. Nueva York: Prentice Hall.
- NIDA, E. A., 1964. *Toward a Science of Translating with special reference to principles and procedures involved in Bible translating*. Leiden: E.J. Brill.
- NIDA, E. A. y TABER, Ch., 1969. *The Theory and Practice of Translation*. Leiden: E. J. Brill.
- NIRANJANA, T., *Siting translation: history, post-structuralism, and the colonial context*. Berkeley; Los Ángeles; Oxford: University of California Press.
- NORD, C., 1991. *Text Analysis in Translation. Theory, Methodology, and Didactic Application of a Model for Translation-Oriented Text analysis*. Amsterdam-Atlanta, GA.
- O'HAGAN, M., 2003. "Training translators to localize", en *Localization and Translator Training, an online conference 20-29 November 2003*. Disponible en URL: [http://isg.urv.es/seminars/2003\\_localization\\_online/ohagan.html](http://isg.urv.es/seminars/2003_localization_online/ohagan.html) [Fecha de consulta 21 de enero de 2010]
- O'HAGAN, M., 2005. "Conceptualizing the future of translation with localization", *International Journal of Localization*, 4 (III).
- O'HAGAN, M., 2007. "Video games as a new domain for translation research: From translating text to translating experience." *Revista Tradumàtica – Traducció i Tecnologies de la Informació i la Comunicació* 05. Disponible en URL: <http://www.fti.uab.cat/tradumatica/revista> [Fecha de consulta: 19 de febrero de 2010]
- ORTEGA, E., 1996. *Apuntes para una teoría hermenéutica de la traducción*. Málaga: Universidad.
- ORTEGA, E., 2002. "Filosofía, Traducción y Cultura". En Román Álvarez, (Ed.). *Cartografías de la traducción. Del Postestructuralismo al Multiculturalismo*. Salamanca: Almar.
- PARRA, J., 2000. Translation as a Component of Software Localization Projects, en Beeby, Allison; Ensinger, Doris; Presas, Marisa (eds). *Investigating translation. Selected papers from the 4th international Congress on Translation*, Barcelona, 1998. Philadelphia: John Benjamins Publishing Company, pp. 243-249.

- PEGENAUTE, L., 1996. "Alexander Fraser Tytler y su ensayo sobre los principios de traducción: la corriente normativo-prescriptiva en la traductología", *Hieronymus*, Núm.3, 23-34.
- PELETEIRO, X. 2003. *A Localización de software: traducción de ACDSEE 5 ao galego*. Trabajo fin de carrera. Universidad de Vigo.
- PEREIRA, A., 2000. "Doblaje y traducción en España y en Galicia", en LORENZO, L. y PEREIRA, A. 2000. *Traducción subordinada (I). El doblaje (inglés-español/galego)*. Universidade de Vigo.
- PÉREZ, D., POSTIGO, I., SEDEÑO, A., 2004. "Un fenómeno consolidado. Los videojuegos en España", en Grupo de Investigación sobre Videojuegos de la Universidad de Málaga, *Videojuegos y educación*. Madrid: Centro Nacional de Información y Comunicación Educativa.
- PÉREZ, S., 2005. *Localización do videoxogo "Princess Ysayana I, Lords adn Hussies" ao español*. Trabajo fin de carrera. Universidad de Vigo.
- PONCE, N., 2007. "El apasionante mundo del traductor como eslabón invisible entre lenguas y culturas". *Revista Electrónica de Estudios Filológicos* Número 13. Disponible en URL: <http://www.tonosdigital.com/ojs/index.php/tonos/article/view/95/81> [Fecha de consulta: 19 de noviembre de 2009]
- PONCE, N., 2008. "Diferentes aproximaciones al concepto de equivalencia en traducción y su aplicación en la práctica profesional", *Tonos Digital*, núm 15. Disponible en URL: <http://www.tonosdigital.com/ojs/index.php/tonos/article/view/210/170> [Fecha de consulta: 11 de noviembre de 2009]
- PRADA DÍAZ, M., 2009. "Aproximaciones a la traducción de un videojuego deslocalizado. Grand Theft Auto III" en BECERRA, C. y LUNA, C., *Intermediaciones. La mediación en el cine, la novela y el teatro*. Vigo: Editorial Academia del Hispanismo.
- PYM, A., 2004. *The Moving Text: Localization, Translation and Distribution*. Amsterdam; Filadelfia: John Benjamins.
- QUAH, C. K., 2006. *Translation and Technology*. Hampshire; Inglaterra: Palgrave Mc millan.
- QUENQUA, D., 2009. "En la granja virtual el trabajo nunca se acaba", El País. Disponible en URL: [http://www.elpais.com/articulo/internet/granja/virtual/trabajo/acaba/elpepunte/20091114elpepunte\\_1/Tes](http://www.elpais.com/articulo/internet/granja/virtual/trabajo/acaba/elpepunte/20091114elpepunte_1/Tes) [Fecha de consulta: 14 de noviembre de 2009]

- QVALE, P., 2003. *From St. Jerome to hypertext: translation in theory and practice*. Manchester, UK; Northampton MA: St. Jerome Publishing.
- RABADÁN, R. y FERNÁNDEZ, P., 2002. *La traducción inglés-español: fundamentos, herramientas, aplicaciones*. Universidad de León: Servicio de Publicaciones.
- REISS, K. y VERMEER, H., 1996. *Fundamentos para una teoría funcional de la traducción*. Madrid: Akal.
- RODRÍGUEZ, F., 2003. "Historia del software español de entretenimiento", en *MSDOX Revista Independiente*. Disponible en URL: <http://www.msdox.com/reportajes/historiasoftesp210203.php> [Fecha de consulta: 18 de marzo de 2010]
- RODRÍGUEZ, J. 2001. *Localización de software: un ejemplo práctico, la interfaz de WinRAR 2.80*. Trabajo fin de carrera. Universidad de Vigo.
- ROWLING, J. K., 1997. *Harry Potter and the Philosopher's Stone*. Londres: Bloomsbury.
- ROWLING, J. K., 1999. *Harry Potter y la piedra filosofal*. Barcelona: Emecé.
- ROWLING, J. K., 2000. *Harry Potter y la Cámara Secreta*. Madrid: Emecé.
- SALES SALVADOR, D., 2006. "Traducción, género y poscolonialismo. Compromiso traductológico como mediación y *affidamento* femenino", *Quaderns*, 13, pp. 21-30.
- SAMANIEGO, E., 1995. "Las referencias culturales como áreas de inequivalencia interlingüística", en VALERO GARCÉS, Carmen, *Cultura sin fronteras. Encuentros en torno a la traducción*, Alcalá de Henares: Universidad de Alcalá de Henares, 1995, pp.55-73
- SANTOYO, J.C., 1987. *Teoría y crítica de la Traducción: Antología*. Universitat Autònoma de Barcelona.
- SANTOYO, J.C., 1999, *Historia de la traducción: Quince apuntes*. Universidad de León.
- SCHOLAND, M., 2002. Localización de videojuegos. Revista *Tradumàtica – Traducció i Tecnologies de la Informació i la Comunicació* 01: La Localització. Disponible en URL: <http://www.fti.uab.cat/tradumatica/revista> [Fecha de consulta: 8 de septiembre de 2009]
- SELESKOVITCH D. y LEDERER, M., 1984. *Interpréter pour traduire*, Col. Traductologie, 1, París: Didier Érudition.

- SIMON, S., 1996. *Gender in translation: cultural identity and the politics of transmission*. London/New York: Routledge.
- SNELL-HORNBY, M., 1999. *Estudios de traducción. Hacia una perspectiva integradora*. Salamanca: Almar.
- SOKOLI, R., 2002. "Catálogo de herramientas para la localización de software y páginas web". *Revista Tradumàtica – Traducció i Tecnologies de la Informació i la Comunicació* 01: La Localització. Disponible en URL: <http://www.fti.uab.cat/tradumatica/revista> [Fecha de consulta: 4 de abril de 2010]
- STANDOWICK, A., 2009. "Chosen Aspects of the Polish Translation of J.K. Rowling's Harry Potter and the Philosopher's Stone by Andrzej Polkowski: Translating Proper Names", en *Translation Journal*, volume 13, Nº 3.
- STEINER, G., 1975/1992. *After Babel. Aspects of language & translation*. Oxford: University Press.
- TEJEIRO, R. y PELEGRINA, M., 2003. *Los videojuegos: qué son y cómo nos afectan*. Barcelona: Ariel.
- TERCEDOR, M., 2005. "Aspectos culturales en la localización de productos multimedia", en *Quaderns. Revista de traducció* 12. Pp.151-160.
- THAYER, A. Y KOLKO, B., 2004. "Localization of Digital Games: The Process of Blending for the Global Games Market.". Disponible en URL: [http://www.sakson.com/company/thought\\_leadership/company\\_thoughtleadership\\_localization.pdf](http://www.sakson.com/company/thought_leadership/company_thoughtleadership_localization.pdf) [Fecha de consulta: 23 de febrero de 2010]
- TORRES, Y., 2007. "Localización de juegos para móvil". *Revista Tradumàtica – Traducció i Tecnologies de la Informació i la Comunicació* 05: Localització de videojocs. Disponible en URL: <http://www.fti.uab.cat/tradumatica/revista> [Fecha de consulta: 27 de enero de 2010]
- TOURY, F., 1980. *In Search of a Theory of Translation*. Tel Aviv: The Porter Institute for Poetics and Semiotics.
- TRAINOR, H., 2003. "Games Localization: Production and Testing", *Multilingual Computing & Technology Volume 14 Issue 5*. Disponible en URL: <http://www.multilingual.com/articleDetail.php?id=1166> [Fecha de consulta: 19 de abril de 2010]
- TYMOCZKO, M., 2003. "Ideology and the position of the translator: In what sense is a translator "in-between"?", en: CALZADA PÉREZ, María (ed.), *Apropos of Ideology*.

*Translation Studies on Ideology-Ideologies in Translation Studies*. Manchester: St. Jerome, pp. 181-201.

VALERO GARCÉS, C., 2003. "Translating the imaginary world in the Harry Potter series or how Muggles, Quaffles, Snitches, and Nickles travel to other cultures", en *Quaderns, Revista de traducció* 9, pp.121-134.

VEGA, M.A., 2004. *Textos Clásicos de Teoría de la Traducción*. Madrid: Cátedra.

VEGA, M.A., 2005. "Apuntes socioculturales de historia de la traducción: del renacimiento a nuestros días", *Hieronymus*, Núm.4-5, 71-85

VELA, J., 2005. La localización de videojuegos, en Reineke, D. *Traducción y Localización. Mercado, Gestión y Tecnologías*. Las Palmas de Gran Canaria: Anroart Ediciones.

VENUTI, L., 1995. *The Translator's Invisibility. A history of translation*. London & New York: Routledge.

VENUTI, L., 2000. *The Translation Studies Reader*. Londres: Routledge.

VIDAL CLARAMONTE, A., 1995. *Traducción, manipulación, desconstrucción*. Salamanca: Ediciones Colegio de España.

VILLANUEVA, D., 1994. *Avances en teoría de la literatura. Estética de la recepción, pragmática, teoría empírica y teoría de los polisistemas*. Santiago de Compostela: Universidade, Servicio de Publicacións e Intercambio Científico.

VINAY, J.P, y DARBELNET, J., 1958. *Stylistique comparée du français et de l'anglais. Méthode de traduction*. París: Didier.

WADDINGTON, C., 1999. *Estudio comparativo de diferentes métodos de evaluación de traducción general (inglés-español)*. Tesis Doctoral. Universidad Pontificia Comillas de Madrid, Facultad de Filosofía y Letras, Madrid.

### **VIDEOJUEGOS:**

*Castlevania. Dawn of Sorrow*. 2005. Konami.

*Disaster Report*. 2003. Agetec.

*Fatal Frame*. 2001. Tecmo.

*Final Fantasy Tactics A2*. 2008. Square Enix.

*Final Fantasy X*. 2002. Square Electronic Arts.

*Halo: Combat Evolved*. 2002. Bungie Studios.

*Hannah Montana: The Movie*. 2009. Disney Interactive Studios. EA Distribution.

*Harry Potter y la Piedra Filosofal*. 2001. Electronic Arts.

*Little King's Story*. 2009. Rising Star Games.

*Muramasa: The Demon Blade*. 2009. Rising Star Games.

*Phoenix Wright: Justice for All*. 2007. Capcom.

*Suikoden Tierkreis*. 2009. Konami.

*The Simpsons Game*. 2007. Electronic Arts.

*Zettai Zetsumei Toshi*. 2002. Agetec.