



# El lenguaje de las pantallas

La traducción audiovisual para el área de los videojuegos forma parte de la especialización conocida como «localización», que consiste en traducir y adaptar el contenido al idioma y país de destino. Se trata de una tarea que siempre plantea grandes desafíos y en este caso en particular es aún más complicada, por las numerosas variantes tecnológicas y sociales que presenta.

| Por la **Trad. Públ. Verónica Ortiz**, integrante de la Comisión de Artes Audiovisuales |



Hasta hace algunos años, eran pocos los videojuegos que contaban con una interfaz y diálogos en español. No obstante, en la actualidad hay miles de juegos localizados. Pero ¿qué significa exactamente «localizar»? La localización de un videojuego consiste en traducir y adaptar el contenido al idioma y país de destino. Porque los argentinos no pensamos igual que los ingleses ni vemos los mismos programas que los alemanes, y no nos gusta la misma comida que a los japoneses. Y porque, pese a compartir el idioma, tenemos más de una diferencia con los españoles, mexicanos y colombianos. Es un trabajo complicado, desconocido para muchos, no reconocido y muchas veces poco valorado, porque la calidad del resultado final no suele hacer justicia a quienes se dedican a esta profesión.

Si bien muchos desarrolladores de videojuegos son conscientes de la importancia y la necesidad de localizar sus productos y planifican la traducción desde el principio, son los distribuidores quienes determinan dónde se va a vender el producto y a cuántos idiomas se va a localizar. Esa es la razón por la cual muchos juegos no están preparados para la localización y presentan grandes problemas al querer traducirlos. A continuación, se describen los principales factores que se tienen en cuenta en el momento de decidir localizar un videojuego.

## 1. Cantidad de palabras

Un juego de deportes o de carreras automovilísticas sin diálogos suele tener menos de cinco mil palabras entre interfaz, texto en pantalla, manual y caja. Un juego de acción y aventuras con diálogos y diversas misiones ronda entre las diez mil y cincuenta mil palabras. En el otro extremo del espectro, están

los juegos de rol, que pueden alcanzar hasta un millón de palabras.

## 2. *Sim-ship vs. Post-gold*

Otro factor importante que tienen en cuenta las distribuidoras es si el juego se va a lanzar al mismo tiempo en todas las versiones y localizaciones o si primero se pondrá a la venta el juego original y luego las versiones en otros idiomas.

Si se opta por la opción *Sim-ship* (abreviatura del inglés *simultaneous shipment* o lanzamiento simultáneo), la localización suele efectuarse al mismo tiempo que se desarrolla el juego. Se trata de un producto no finalizado y sujeto a muchas modificaciones. Por eso, muchos de los errores que se detectan en la última etapa no llegan a solucionarse por falta de tiempo.

Si se opta por la opción *Post-gold*, la localización se efectúa luego de la fecha de finalización del original (*gold date* en inglés) y el producto localizado suele tener mejor calidad, ya que se trabaja a partir de un material ya terminado y revisado.

## 3. Plazos y fechas de entrega

De acuerdo con el modelo de localización (total o parcial) y la cantidad de palabras, el proceso de localización puede tardar entre uno y cinco meses. Esto incluye la preparación del material, la traducción, la corrección y el doblaje. Por supuesto, también depende de la cantidad de personas que participen en el proyecto.

## 4. *In-house vs. Outsourced*

Las grandes empresas de videojuegos pueden tener departamentos internos de traducción o, por el contrario, subcontratar estos servicios.

Por ejemplo, Nintendo tiene un departamento de traducción y localización en Fráncfort, desde donde se centraliza todo el proceso. En el caso de un proyecto de pocas palabras, la traducción suele cubrirse con los recursos y el personal internos. En el caso de grandes títulos, se contratan agencias de localización especializadas que ofrecen servicios de traducción y de doblaje.

## Grandes desafíos

A veces, la labor del traductor de videojuegos es bastante compleja. Al comienzo del proyecto, el traductor recibe los archivos para traducir y las instrucciones, que suelen contener

información muy sucinta (nombre del juego, género, plataforma y un glosario de términos específicos para cada plataforma). Es entonces cuando comienzan a surgir los problemas, de los cuales enumeraremos solo algunos.

### 1. Familiarización

Existe una diferencia fundamental entre trabajar dentro del departamento de localización de una empresa de videojuegos y trabajar de forma externa: al trabajar desde nuestra propia casa, nunca vemos el juego.

Siempre se aconseja que el traductor se familiarice con el juego que va a traducir en su versión original, ya que así logrará entender mucho mejor el contexto en el que se encuadra dicho juego y podrá traducirlo mejor.

### 2. Diferencia de alfabetos

Los distintos idiomas utilizan caracteres diferentes y, además, existen alfabetos con escritura de derecha a izquierda y vertical. El código que se utilice para desarrollar el juego debería soportar idiomas y codificación de caracteres no románicos, de manera que pueda traducirse al griego, ruso, árabe o japonés.

### 3. Clasificación por edades

Existen muchos sistemas diferentes de clasificación de contenido de videojuegos, que, en muchos casos, están asociados o patrocinados por el Gobierno y, a veces, forman parte del sistema de clasificación de películas local.

Esta clasificación le da al traductor una idea de quién será el jugador, es decir, el receptor de la traducción, y por lo tanto le indica qué tipo de expresiones puede utilizar y cuáles no. Por ejemplo, si un juego está clasificado como 3+ y aparece la expresión *Damn it!*, no podremos traducirla como *¡Diablos!*, *¡Maldición!* ni mucho menos *¡Mierda!*, sino que tendremos que reemplazarla por *¡Caracoles!* o *¡Cáspitas!*

El vocabulario referido a la violencia y al sexo puede ser causa de la censura de un juego.

### 4. Religión

La regla por seguir es mantenerse lo más neutral posible. La inclusión de referencias religiosas puede hacer que se retire un juego del mercado o que se retrase su lanzamiento. Un ejemplo de esto ocurrió en octubre de 2008 con el juego *Little Big Planet*, cuando un jugador denunció que la letra de una de las canciones del juego incluía versos del Corán y podía ofender a los musulmanes, por lo que Sony decidió retirar temporalmente el juego del mercado y reemplazar la canción por una versión instrumental.

### 5. Inconsistencia

La falta de consistencia en grandes proyectos de localización es algo común en la industria de los videojuegos. Muy a menudo, los traductores observan inconsistencias entre el texto en pantalla y el manual del juego. Los nombres de los ítems del menú o de los botones cambian a lo largo de todo el material, lo que dificulta seguirles el rastro.



Para solucionar este problema, se sugiere crear un glosario con todos los términos que aparecen en el juego durante su proceso de desarrollo. El glosario puede dividirse en categorías: personajes, lugares, niveles, armas, botones, pantallas, opciones del menú, etcétera.

El glosario debe ser el primer documento por localizar. Luego de ser traducidos y aprobados, los términos del glosario se utilizarán en la traducción de todo el material relacionado con el juego (texto en pantalla, manual, diálogos, cuadros de texto, opciones, etcétera). Además, esto lo convertirá en una fuente de información muy valiosa para futuras versiones del juego.

### 6. Fechas de entrega

De más está decir que, en la mayoría de los casos, se trabaja contra reloj, con la presión que supone una fecha de lanzamiento determinada que, si no se cumple por problemas de traducción, puede ocasionar grandes pérdidas a la empresa.

### 7. Restricción de caracteres

La longitud de las palabras y frases varía mucho de un idioma a otro. Los textos en español suelen ser un 30 % más extensos que sus versiones en inglés. Y, muchas veces, los desarrolladores no tienen en cuenta este dato al diseñar la interfaz de un juego. En el caso de los guiones para el doblaje, las traducciones deberán acortarse o alargarse de acuerdo con el tiempo de habla del personaje correspondiente.

### Conclusión

La traducción audiovisual siempre plantea grandes desafíos, pero la localización de un videojuego es aún más difícil. Es una forma de entretenimiento en la que el usuario interactúa con la pantalla y se sumerge en ella por completo.

Hoy en día, los jugadores son más exigentes que nunca. Los juegos salen muy caros, y no dudan en expresar su descontento si la calidad no está a la altura del precio. Eso es motivo suficiente para que las empresas quieran mejorar constantemente y los involucrados en su desarrollo den lo mejor de sí para reflejar una buena imagen y otorgar satisfacción. Por eso, la próxima vez que disfruten un juego localizado, piensen en todas las personas que hicieron posible ese juego, incluidos los traductores. ■

**Nota:** Los nombres comerciales que aparecen en esta nota se mencionan sin ningún fin comercial.