

Los videojuegos atraen la atención del mundo académico

Un investigador del campus realiza la primera tesis en España sobre esta industria del ocio y el papel que debe jugar el traductor

S. PENELAS

A pesar del descenso en el consumo provocado por la crisis, la industria del videojuego lidera el sector del ocio y el entretenimiento en España con unos ingresos de 980 millones en 2011. Su complejidad y la velocidad a la que evoluciona la han mantenido alejada del mundo académico, pero una tesis de la Universidad de Vigo marca una novedosa línea de investigación en nuestro país relacionada con el ámbito de la traducción.

El estudio está dirigido por el profesor José Yuste, que acuñó hace casi una década el término paratraducción para referirse a los elementos que rodean al texto —imágenes, sonido o colores— y que resultan fundamentales para poder comprenderlo.

La intención de su autor, Ramón Méndez, es poner sobre la mesa un primer y exhaustivo acercamiento al sector del videojuego que sirva además de manual de ayuda para que profesionales y académicos avancen en la definición y refuerzo del papel que deben jugar los traductores en esta pujante industria. De ahí que haya escrito su tesis en un tono claramente divulgativo y tenga previsto editarla en breve para facilitar "la mayor difusión posible tanto nacional como internacionalmente".

Méndez está vinculado profesionalmente al sector desde 2003. Colabora en prensa especializada, traduce juegos, trabaja como intérprete en conferencias de desarrolladores, imparte clases de diseño y creación de videojuegos y asiste regularmente a las ferias internacionales.

Este conocimiento y su formación académica le han permitido plasmar en su trabajo el estado actual y las necesidades de esta industria. "Los videojuegos suelen incluirse en el lote de la traducción audiovisual, pero merecen una atención especial porque engloban muchas más vertientes. Sin duda, constituyen una de las ramas más complejas de la traducción", sostiene.

Al contrario que el espectador de una película, el jugador es un usuario activo y un error de concordancia entre la imagen y el texto o una expresión mal traducida pueden conllevar una merma en su disfrute y, por tanto, en las ventas del producto. De ahí que Méndez reivindique una "mayor relevancia" del traductor en todo el proceso y un trabajo en equipo que redunde en la mejora del resultado final.

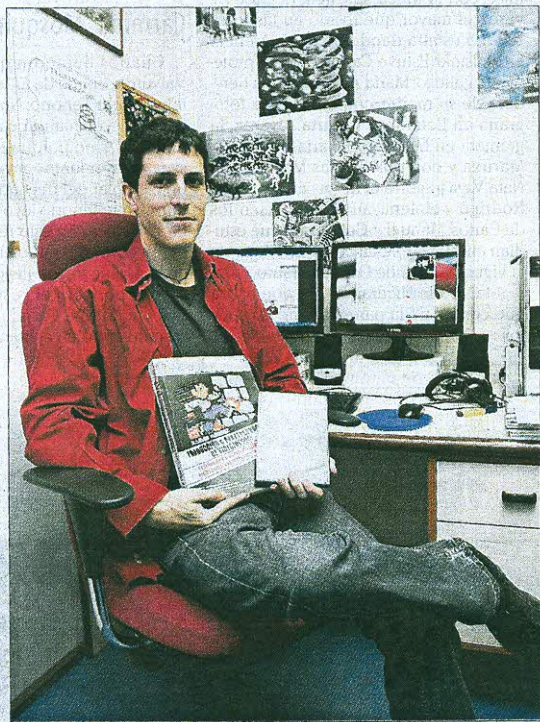
Lo habitual es que el traductor no tenga acceso al juego y que trabaje con límites muy estrictos

de tiempo. "Puedes traducir diálogos sin saber a qué personajes corresponden ni ver sus imágenes y después, son otras personas, los *beta testing*, quienes realizan el control final, es decir, juegan como el usuario para determinar si la traducción es correcta. Nosotros podríamos realizar esa adaptación final de manera más sencilla teniendo acceso al producto".

Él aboga por "suavizar" esta desconexión y facilitar la máxima

información posible sobre el juego, pero también sostiene que el traductor debe estar preparado para trabajar con estas limitaciones. "Puedes traducir de manera perfecta pero si no dominas cómo funciona esta industria nunca lo harás bien", explica.

La misma especialización necesitan los intérpretes de ferias o presentaciones de productos, otro de los mercados que necesitan profesionales especializados.



Ramón Méndez, con el libro y el DVD que recogen su tesis. // J. de Arcos

"La música influye en que la recepción del juego sea mejor o peor"

El tribunal encargado de juzgar la tesis doctoral de Ramón Méndez sobre la traducción y traducción de videojuegos valoró su carácter novedoso, puesto que acerca al mundo académico un sector al que apenas había prestado atención y abre además numerosos caminos para continuar investigando en el futuro.

El trabajo señala la importancia que juega la paratraducción de los videojuegos en su éxito comercial y la necesidad de implicar en estos procesos a especialistas capaces de determinar por qué una carátula funciona en Japón y qué cambios debería experimentar para que también guste al público español.

"Nada puede dejarse al azar", señala Méndez, en cuya tesis aborda temas como el estereotipo de los héroes —los protagonistas de los videojuegos occidentales son tipos duros frente a la tendencia andrógina del mercado japonés—, los mandos de control, la publicidad o las bandas sonoras.

"La música no tiene el mismo efecto en una cultura que en otra e influye en que la recepción del juego sea mejor o peor. Por eso a veces se mantienen las canciones inalterables y otras se traducen. Para "Final Fantasy 13" se eligió un tema de Leona Lewis que además se utilizó como reclamo publicitario", ejemplifica.