
Sumario

PRÓLOGO	XV
---------------	----

CAPÍTULO 1

A modo de introducción: Localización y traducción audiovisual

1.1. TRADUCIR PARA LA PANTALLA	1
1.2. EL TRADUCTOR, ENTRE EL TEXTO Y LA IMAGEN	2
1.2.1. Semiótica y videojuegos: el texto videolúdico.	3
1.2.2. Traducción y paratraducción: trabajar con diferentes tipos de texto	7
1.3. «HABITAR LA IMAGEN»	11
1.4. DEFINIENDO LA LOCALIZACIÓN	14
1.5. LA LOCALIZACIÓN DE VIDEOJUEGOS COMO DISCIPLINA AUTÓNOMA.	17

CAPÍTULO 2

Videojuegos y localización

2.1. BREVE HISTORIA DE LOS VIDEOJUEGOS	21
2.1.1. El nacimiento de los videojuegos	21
2.1.2. El auge de los videojuegos.	22
2.1.3. Últimas tendencias en el mercado de los videojuegos.	24
2.2. GÉNEROS Y SUBGÉNEROS DE VIDEOJUEGOS	27
2.2.1. Descripción de los géneros	30
2.2.2. Descripción de los subgéneros.	32
2.2.3. Estrategias para el futuro	37
2.3. EL MERCADO DE LOS VIDEOJUEGOS	38
2.3.1. Resumen de consolas lanzadas al mercado.	41
2.3.2. Ferias y eventos en el mercado de los videojuegos	45
2.3.3. El mercado en la actualidad.	47
2.4. BREVE HISTORIA DE LA LOCALIZACIÓN	48
2.5. EL MERCADO DE LA LOCALIZACIÓN DE VIDEOJUEGOS.	52
2.5.1. Figuras profesionales en la localización de un videojuego.	60

VIDEOJUEGOS Y [PARA]TRADUCCIÓN

CAPÍTULO 3 Profesión y formación

3.1. FASES DE LA LOCALIZACIÓN	63
3.1.1. El proceso de desarrollo de un videojuego	63
3.1.1.1. <i>Desarrollo de un juego</i>	63
3.1.2. Flujo de trabajo en la localización	68
3.1.2.1. <i>Cuestiones previas</i>	68
3.1.2.2. <i>Preparación de materiales</i>	69
3.1.2.3. <i>Encargo</i>	69
3.1.2.4. <i>Preparación del texto</i>	70
3.1.2.5. <i>Materiales de referencia</i>	70
3.1.2.6. <i>Traducción</i>	73
3.1.2.7. <i>Revisión</i>	74
3.1.2.8. <i>Ajustes sonoros</i>	74
3.1.2.9. <i>Actualizaciones del texto</i>	74
3.1.2.10. <i>Control de calidad</i>	74
3.1.2.11. <i>Beta testing</i>	75
3.1.2.12. <i>Marketing</i>	76
3.2. HERRAMIENTAS DE TRABAJO	76
3.2.1. Excel	77
3.2.2. Word	77
3.2.3. Localization Studio	77
3.2.4. Trados	78
3.2.5. Passolo	78
3.2.6. MemoQ	78
3.2.7. Catalyst	78
3.2.8. Déjà Vu	78
3.2.9. OmegaT	79
3.2.10. Otros	79
3.3. PROFESIONALES DEL SECTOR	79
3.4. NECESIDADES DE FORMACIÓN	82
3.4.1. Aspectos específicos de la localización de videojuegos	82
3.4.2. Lenguaje especializado	82
3.4.3. Conocer bien el sector	83
3.4.4. Saber cómo funciona el proceso de desarrollo de un videojuego	84
3.4.5. Conocer bien los videojuegos que salen al mercado	84
3.4.6. Estar preparados para las situaciones más complejas	85
3.4.7. Formarse constantemente	85
3.4.8. Preparado para trabajar contra reloj	85
3.5. ACCESO A LA PROFESIÓN	86
3.5.1. Profesionales autónomos	86
3.5.2. Profesionales autónomos dependientes	86
3.5.3. Profesionales en plantilla	87
3.5.4. Pruebas de acceso	87
3.6. FORMACIÓN EN LOCALIZACIÓN	88

SUMARIO

CAPÍTULO 4

La localización de los elementos textuales

4.1. QUÉ SON LOS ELEMENTOS TEXTUALES.	91
4.1.1. Trabajar con determinadas características textuales	93
4.1.1.1. <i>Terminología muy especializada</i>	93
4.1.1.2. <i>Textos humorísticos</i>	94
4.1.1.3. <i>Poesía</i>	97
4.2. ELEMENTOS INGAME	98
4.2.1. Características de los elementos ingame	98
4.2.2. Problemáticas de los elementos ingame	100
4.2.2.1. <i>Variables y código</i>	101
4.2.2.2. <i>Restricción de caracteres</i>	107
4.2.2.3. <i>La ausencia de contexto</i>	109
4.2.3. Consejos para trabajar con textos ingame	112
4.3. SUBTITULADO.	114
4.3.1. Características del subtítulado en los videojuegos	114
4.3.2. Problemáticas de trabajo actuales	119
4.3.2.1. <i>Continuidad</i>	120
4.3.2.2. <i>Género y número</i>	122
4.3.2.3. <i>Registro</i>	123
4.3.2.4. <i>Restricción de caracteres</i>	124
4.3.3. Cuestiones ortotipográficas y gramaticales	125
4.3.3.1. <i>Signos de interrogación y de exclamación</i>	125
4.3.3.2. <i>Mayúsculas</i>	127
4.3.3.3. <i>Tilde</i>	127
4.3.3.4. <i>Guion</i>	128
4.3.3.5. <i>Puntos suspensivos</i>	128
4.3.3.6. <i>Punto</i>	129
4.3.3.7. <i>Coma y punto y coma</i>	129
4.3.3.8. <i>Dos puntos</i>	129
4.3.3.9. <i>Paréntesis y corchetes</i>	129
4.3.3.10. <i>Comillas</i>	130
4.3.3.11. <i>Abreviaturas y apócope</i>	130
4.3.3.12. <i>Siglas y acrónimos</i>	131
4.3.3.13. <i>Símbolos</i>	131
4.3.3.14. <i>Números y fechas</i>	132
4.3.3.15. <i>Dobles espacios</i>	133
4.3.3.16. <i>Laísmo y leísmo</i>	133
4.3.3.17. <i>Puntos y decimales</i>	133
4.3.3.18. <i>Unidades de medida</i>	134
4.3.3.19. <i>Interjecciones</i>	134
4.3.3.20. <i>Uso del gerundio</i>	134
4.3.4. Consejos para trabajar con subtítulos	136
4.4. DOBLAJE	137
4.4.1. Características del doblaje	139
4.4.2. Aspectos a tener en cuenta a la hora de localizar para el doblaje.	140
4.4.2.1. <i>Figuras involucradas en el doblaje</i>	140
4.4.2.2. <i>Textos susceptibles de doblaje</i>	141
4.4.2.3. <i>Restricciones de caracteres</i>	141
4.4.3. Estrategias para el doblaje	143

VIDEOJUEGOS Y [PARA]TRADUCCIÓN

CAPÍTULO 5

La localización de los elementos paratextuales

5.1. ELEMENTOS PARATEXTUALES	147
5.2. MANUALES	149
5.2.1. Características de los manuales	150
5.2.2. Problemáticas de los manuales	153
5.2.3. Estrategias para el trabajo con manuales	156
5.3. TEXTOS PUBLICITARIOS	158
5.3.1. Características de los textos publicitarios	158
5.3.2. Notas de prensa	162
5.3.3. Consejos para trabajar con lenguaje publicitario	170
5.4. TEXTOS LEGALES	171
5.4.1. Tipos y características de los textos legales	171
5.4.1.1. <i>Derechos y copyrights</i>	172
5.4.1.2. <i>Política de privacidad</i>	172
5.4.1.3. <i>Términos y condiciones</i>	172
5.4.1.4. <i>Bases de concursos</i>	172
5.4.1.5. <i>Avisos de salud y legales</i>	173
5.4.1.6. <i>Información adicional</i>	173
5.4.1.7. <i>Otras necesidades</i>	173
5.4.1.8. <i>Dentro del propio juego</i>	174
5.4.2. Problemáticas de los textos legales	174
5.4.3. Estrategias para la traducción de los textos legales	175
5.5. NOVELAS	176
5.5.1. Características de las novelas	176
5.5.2. Problemáticas del trabajo con novelas	178
5.5.3. Consejos para el trabajo con novelas	180
5.6. GUÍAS DE ESTRATEGIA	181
5.6.1. Características de las guías de estrategia	181
5.6.2. Problemáticas de trabajo con guías de estrategia	184
5.6.3. Estrategias para el trabajo con guías de estrategia	187

CAPÍTULO 6

El testeo

6.1. EL TESTEO DENTRO DEL PROCESO DE LOCALIZACIÓN	191
6.2. ESTRUCTURA DEL DEPARTAMENTO DE CONTROL DE CALIDAD	194
6.2.1. El jefe de calidad	195
6.2.2. El jefe de proyecto	195
6.2.3. Los técnicos de calidad	195
6.3. EL FLUJO DE TRABAJO	195
6.3.1. Creación de la base de datos	196
6.3.2. Introducción de incidencias	196
6.3.3. Seguimiento de incidencias	198
6.4. MATERIALES DE TRABAJO	199
6.4.1. TRC	199
6.4.2. Uso de glosarios	200
6.4.3. Uso de checklists	202

SUMARIO

6.5. TIPOLOGÍAS DE ERRORES	202
6.5.1. Derivados del texto	202
6.5.2. Derivados del proceso	204
6.6. FINALIZACIÓN DEL PROCESO	204
6.6.1. Fase de validación	204
6.6.1.1. <i>Release candidates</i>	205
6.6.1.2. <i>Control de submission</i>	205
6.6.2. Seguimiento postlanzamiento	207
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	209