

UNIVERSIDAD DE SALAMANCA
FACULTAD DE TRADUCCIÓN Y
DOCUMENTACIÓN
GRADO EN TRADUCCIÓN E INTERPRETACIÓN
Trabajo de Fin de Grado

La localización y transcreación de videojuegos: el caso de *Dragon Quest VIII*

Características de la traducción y cambios en el producto
en su versión occidental

Autor:

Pablo Melgar Prieto

Tutora:

M^a Teresa Fuentes Morán

Salamanca, 2020

Resumen

El presente trabajo aborda el estudio de aspectos relativos a la localización de productos audiovisuales, en concreto videojuegos, desde una perspectiva traductológica y mediante un enfoque tanto teórico como práctico. Se ofrece información general sobre la industria del videojuego, su influjo en el ámbito del entretenimiento audiovisual actual y las estrategias generales empleadas a la hora de traducir y llevar a diferentes tipos de cultura estos productos. Cada apartado se ilustra con ejemplos para así explicar de la mejor manera posible las ideas plasmadas en las siguientes páginas. Asimismo, se profundiza en estos conocimientos mediante el estudio de un caso concreto: la traducción en inglés y en español del videojuego japonés *Dragon Quest VIII: El periplo del Rey Maldito*, del que se analizan elementos como los nombres de los personajes o los de las diferentes ubicaciones visitables. Con todo, esperamos arrojar luz sobre una de las industrias del mundo audiovisual que, poco a poco, ha ido consiguiendo una mayor popularidad en los tiempos actuales.

Palabras clave: localización, transcreación, videojuegos, traducción, (producto) audiovisual, *Dragon Quest*.

Abstract

In this work we address a series of features related to the localisation of audio-visual products, specifically videogames, from a translative perspective and via a theoretical as well as practical approach. We provide a general overview of the videogame industry, its influence in the current audio-visual entertainment sphere and a series of elemental strategies used when translating these products and distributing them in different cultures. Every idea is illustrated with a wide range of examples so as to explain all concepts expressed in the following pages in the clearest way possible. In addition, we delve into this knowledge by analysing a specific product: the Japanese videogame *Dragon Quest VIII: The Journey of the Cursed King* and its English and Spanish localisations. Our main approach focuses on its translation for Western cultures, studying elements like character and location names the player is able to notice during gameplay. All in all, we hope that this work sheds some light on one of the industries of the audio-visual domain that, little by little, has been increasing its popularity in the current times.

Keywords: localisation, transcreation, videogames, translation, audio-visual (product), *Dragon Quest*.

Índice

Introducción.....	2
El videojuego en la actualidad.....	2
1. Marco teórico I. La localización de videojuegos	4
1.1 Definición e información y contexto generales	4
1.2 Localización de videojuegos. Historia y evolución del producto traducido.....	5
1.3 Tipos de localización en videojuegos. Localización parcial.....	7
1.4 Tipos de localización en videojuegos. Localización total	8
1.5 Variedades lingüísticas en la localización de videojuegos	10
1.6 Limitaciones de espacio.....	11
1.7 División por regiones y sus características	11
1.8 Excepciones en la localización de videojuegos en ciertas regiones	13
1.9 Regiones y el contenido digital.....	14
1.10 Estrategias de los usuarios para acceder a ciertos contenidos descargables.....	15
2. Marco teórico II. La transcreación en los videojuegos	17
2.1 Sistemas de clasificación por edades en videojuegos	19
2.2 Influjo de la clasificación por edades en los videojuegos.....	23
2.3 Suavización de contenido en los videojuegos.....	24
2.4 Modificación de las carátulas de videojuegos	29
2.5 Modificación de los subtítulos en sagas de videojuegos	29
3. Caso concreto. Dragon Quest VIII: el periplo del Rey Maldito.....	33
3.1 Metodología empleada.....	33
3.2 Análisis de la localización y transcreación del videojuego. La traducción de <i>Dragon Quest VIII</i> (PlayStation 2)	33
3.3 Aspectos de la localización occidental de <i>Dragon Quest VIII</i>	38
Conclusiones.....	45
Bibliografía.....	46
Anexos.....	I

Introducción

No elegimos cómo empezamos esta vida: la verdadera grandeza es elegir qué hacer con lo que nos ha tocado

Victor “Sully” Sullivan. Uncharted 3: La Traición de Drake.¹

El videojuego en la actualidad

Hoy en día, los videojuegos han logrado postularse, junto con el cine y la música, como una de las formas de entretenimiento audiovisual más consumidas en el mundo. Además, su popularidad no ha dejado de aumentar, sobre todo durante los últimos años. Así se pone de manifiesto en el informe elaborado para la Asociación Española de Videojuegos (AEVI) (Collado, 2018), cuyas estadísticas reflejan que, en el caso de nuestro país, la industria del videojuego supone el 0,11% del PIB español total. Asimismo, los videojuegos han aportado un beneficio a nuestra situación económica de más de 3.500 millones de euros y han generado más de 20.000 puestos de trabajo. Dentro del ámbito audiovisual, los videojuegos representan el 9,6% de este sector, en el que se incluyen también el cine, la televisión, el vídeo y la música. Por otro lado, en el año 2018 los videojuegos se consolidaron como la primera opción de ocio audiovisual e interactivo del país. Todos estos datos suponen un máximo en la industria en España, un punto álgido que no se había vuelto a alcanzar desde el año 2009 (Collado, 2018: 2).

Desde una perspectiva más general, Europa es una de las regiones líderes de la industria del videojuego, si bien el mercado global lo encabezan China, Estados Unidos, Japón y Corea del Sur².

Asimismo, cabe destacar que en los últimos años han surgido competiciones a nivel profesional relacionadas con los videojuegos. Son los denominados popularmente como *eSports* o deportes electrónicos. Dichas competiciones se basan en partidas por equipos o entre dos personas y se desarrollan en juegos con un componente en línea o multijugador. Por ejemplo, son ya reconocidos a nivel nacional y mundial los torneos de videojuegos como *League of Legends* o *Dota 2*, del género MOBA (*Multiplayer Online Battle Arena*, “campo de batalla multijugador en línea”), o las competiciones en juegos del género de lucha como *Street Fighter*, *Dragon Ball* o *Mortal Kombat*. En ocasiones, las

¹ Cita del videojuego extraída de la página: <https://legiondejadores.com/uncharted-decimo-aniversario/>

² Toda la información relativa a la industria del videojuego en España y en el mundo se ha extraído de la AEVI (<http://www.aevi.org.es/>) y de la referencia de Collado, 2018.

competiciones pueden llegar a ser tan multitudinarias que las cantidades de dinero invertidas tanto en ellas como en los premios ofrecidos alcanzan cifras astronómicas³.

Dicho lo anterior, la evolución que han experimentado los videojuegos durante los últimos años no se limita únicamente a su creciente número de usuarios, popularidad y beneficios económicos a nivel mundial. Su creación, desarrollo y comercialización también han visto numerosos cambios desde sus inicios a principios de la década de los 70, con juegos clásicos como *Pong* (Costales, 2012: 386) y *Space Invaders* (Anexos, Figura 1), o el conocido aquí como “Comecocos” o *Pac-Man*, en 1980⁴. De igual modo, los cambios y el desarrollo en tecnología, el acceso a Internet y la globalización, entre muchos otros aspectos, han provocado que los métodos y estrategias empleados a la hora de traducirlos se hayan expandido y mejorado a su vez.

En el área de los Estudios de Traducción, los videojuegos pertenecen *a priori* al ámbito de la localización, debido a su naturaleza esencialmente audiovisual. Sin embargo, en las siguientes páginas descubrimos que en el caso de este producto su dimensión sería algo más difusa y difícil de concretar. Asimismo, también profundizamos en una técnica empleada generalmente en textos de carácter publicitario, pero que cada vez más se aplica a otros géneros textuales o ámbitos de la traducción: la transcreación. Al combinar la práctica de la localización con las estrategias de transcreación, observamos los efectos que se consiguen en el jugador y comprobamos cómo esta última se postula como uno de los elementos clave en el desarrollo y traducción de los videojuegos actuales.

³ Los datos relacionados con los *eSports* y los distintos juegos en los que se compite se pueden consultar en la página: <https://play.eslgaming.com/spain>. La definición del género MOBA se ha extraído de esta página: <https://www.ecured.cu/MOBA>

⁴ Para saber más sobre estos dos videojuegos clásicos, pueden consultarse las siguientes páginas: <https://www.lavanguardia.com/tecnologia/20180725/451089770519/space-invaders-40-aniversario-marcianitos-arcade.html> y <https://www.vidaextra.com/analisis/pac-man-battle-royale-analisis-review-experiencia-juego-para-arcade-xbox>

1. Marco teórico I. La localización de videojuegos

1.1 Definición e información y contexto generales

El primer apartado teórico que abordamos es el de la localización, comúnmente abreviado como “L10n”. Esto es, “the process of adapting a game technically, linguistically and culturally in order to market and sell it in different territories.”⁵ (Mangiron, 2018: 123). Prestemos atención a tres palabras expuestas en la cita: “técnica”, “lengua” y “cultura”. Estos tres términos son básicos en cualquier labor de traducción realizada por un profesional, pero el factor de la cultura resulta aún más importante en el caso de los videojuegos.

Si se intentase enmarcar a los videojuegos en un marco cultural concreto, esta tarea resultaría prácticamente imposible. Esto se debe a que hoy en día este producto se crea y comercializa en prácticamente todo el mundo, si bien los países con mayor influjo en la industria son en la actualidad EE. UU., China y Japón⁶. En este trabajo se mencionan principalmente videojuegos creados en EE. UU. y Japón, debido a que la mayoría de juegos que se comercializan en Occidente proviene de estos dos territorios. Para ofrecer un mínimo de contexto acerca del éxito de ambos países en el mercado mundial, aportamos a continuación una serie de datos y pinceladas generales sobre la historia de los videojuegos y su evolución.

En sus inicios, los videojuegos se desarrollaron mayoritariamente en Estados Unidos, con la comercialización de los primeros de ellos por Atari. Este es el caso del exitoso y ya mencionado *Pong* en 1972, por ejemplo (Capilla Torres, 2014: 2). Más tarde, el lanzamiento de *Space Invaders* en 1978 por la empresa nipona Taito marcó un antes y un después en la industria japonesa, que consiguió un impulso tal que, poco a poco, se convirtió en una de las más influyentes e importantes del mundo (*ibidem*). Dicho videojuego ha generado unos ingresos totales de más de 13.000 millones de dólares desde su salida al mercado, una cifra que representa más del doble de los 6.000 millones obtenidos con *Grand Theft Auto V* desde su publicación en el año 2013.⁷

⁵ “El proceso de adaptar un juego de manera técnica, lingüística y cultural para distribuirlo y venderlo en diferentes territorios.”

⁶ Dato extraído de la página web Statista: <https://es.statista.com/estadisticas/601286/mercados-lideres-en-el-sector-de-los-videojuegos-en--segun-ingresos/>

⁷ Datos extraídos de la página web MuyComputer: <https://www.muycomputer.com/2018/04/11/space-invaders-dinero-generado/amp/>

Hoy en día, son mundialmente conocidas empresas japonesas como Nintendo, Square-Enix, Capcom, Bandai Namco o SEGA, cada una con sagas de videojuegos longevas y personajes reconocidos por usuarios de todo el mundo, como *Super Mario Brothers* (1985), *Final Fantasy* (1987), *Resident Evil* (1996), *Tekken* (1994) o *Sonic The Hedgehog* (1991), respectivamente. Todos los anteriores videojuegos se caracterizan por haber mantenido su popularidad desde sus inicios hasta el día de hoy, y algunos incluso no son solamente reconocidos por los jugadores, sino también en la cultura popular. En el caso de *Final Fantasy* y *Resident Evil*, se ha publicado recientemente una nueva entrega para cada videojuego, en concreto durante el pasado mes de abril de este año 2020 y, curiosamente, ambas nuevas versiones (*remakes*) de entregas originales publicadas en 1997 y 1999, respectivamente: *Final Fantasy VII Remake* (2020) y *Resident Evil 3 Remake* (2020).

Por otro lado, si bien en la actualidad EE. UU. y Japón son dos de los países más influyentes, no podemos pasar por alto la creciente variedad de empresas desarrolladoras de videojuegos fundadas en otros países. Por ejemplo, en Europa podemos destacar: Quantic Dream (*Heavy Rain*, 2010; *Detroit: Become Human*, 2018) y Dontnod Entertainment (*Remember Me*, 2013; *Life is Strange*, 2015) en Francia o Gamera Nest (*El Mundo de Nubla*, 2016) en España (Anexos, Figuras 2 y 3). Destacamos asimismo otro detalle que une a las tres empresas: en el caso de las dos primeras, desarrollan sus juegos en inglés como lengua original. Gamera Nest, por otro lado, incluye la localización a este idioma en su videojuego mencionado. Esta característica resalta el influjo del idioma inglés en el mundo actual y su preferencia para llegar así al más amplio público posible.

1.2 Localización de videojuegos. Historia y evolución del producto traducido

Antes de abordar los tipos de localización de videojuegos, ofrecemos a continuación unas breves pinceladas sobre la historia de la traducción de estos productos y cómo esta ha evolucionado desde sus inicios en la segunda mitad del siglo XX hasta hoy día.

Como recordamos, los primeros videojuegos se caracterizaron por presentar rasgos propios de los productos informáticos a un nivel técnico, pero con un añadido de interactividad que los diferenciaba de un *software* común. En los tiempos actuales, sin embargo, hemos sido testigos de una serie de cambios determinantes, sobre todo en los videojuegos y consolas creados y comercializados durante los años 90 y en adelante.

Durante sus primeros años se valoraba al videojuego como un simple producto de entretenimiento, con un funcionamiento y mecánicas de juego muy rudimentarias. Conforme avanzó la tecnología surgieron también las primeras consolas. Estos sistemas se denominaron *consolas de primera generación*, y salieron al mercado durante los años 70. La primera consola comercializada fue Magnavox Odyssey (1972), desarrollada por Ralph Baer (Capilla Torres, 2014: 2), un ingeniero considerado como uno de los “padres de los videojuegos”⁸. Más adelante, durante la quinta (1993-2001) y la sexta (1998-2013) generación de consolas, se empezaron a comercializar aquellas que conseguirían una gran popularidad durante el actual siglo XXI. Estos sistemas marcaron un antes y un después en la manera de desarrollar videojuegos y, por consiguiente, en su localización. Estas consolas fueron: PlayStation (Sony, 1994), Dreamcast (SEGA, 1998), Xbox (Microsoft, 2001) y Nintendo GameCube (Nintendo, 2001).

Los videojuegos desarrollados para estas consolas presentaban más avances y características que juegos de anteriores generaciones no llegaron a explotar tanto. Observamos progresos en la calidad gráfica, mecánicas más complejas e inmersivas, una mayor importancia de las composiciones musicales, un creciente desarrollo y profundidad en las nuevas narrativas, etc. Todas estas características se traspasaron a las siguientes generaciones y se perfeccionaron aún más en los juegos actuales desarrollados para las consolas de 8ª generación (2013-actualidad). Como afirma Costales, los videojuegos de los últimos años se describen como “...pieces of art that combine video, audio and narrative techniques to make compelling stories in which the players do not observe the advance of the game but take part and perform an active role in the development of the story.”⁹ (Costales, 2012: 390).

Las palabras de Costales definen la característica principal de un gran número de videojuegos desarrollados durante las tres últimas generaciones de consolas: la creación de historias en las que no solo el jugador forma parte de ellas, sino que también se siente identificado con dicha narrativa, los personajes y todo lo que sucede durante el desarrollo de la trama hasta que aparecen los títulos de crédito en pantalla. Esta manera de interactuar con el jugador ha dado lugar a una combinación del componente narrativo con

⁸ Artículo acerca de los “padres de los videojuegos” accesible en esta página web: <https://www.3djuegos.com/mx/juegos/articulos/1137/0/quien-es-el-padre-de-los-videojuegos/>

⁹ “...piezas de arte que combinan técnicas de vídeo, audio y narrativas para crear historias cautivadoras en las que los jugadores no observan el progreso del juego, sino que participan y desempeñan un papel activo en el desarrollo de la historia.”

diversos géneros de videojuegos, como los de acción (*Shadow of the Colossus*, 2005-2018), de disparos o *shooters* (*BioShock*, 2007-2016), los ya mencionados juegos de rol o RPG (*Kingdom Hearts*, 2002-2019), etc. (Anexos, Figura 4). Asimismo, durante la 7ª y la actual 8ª generación de consolas consiguieron una gran popularidad los denominados juegos episódicos. Estos juegos están divididos en varias entregas que a su vez cuentan con su propia subtrama, pero estas se unen a un todo que finaliza al publicarse el último capítulo. Una estrategia muy empleada en este tipo de producciones es publicar el primer episodio de manera gratuita y poner a la venta las entregas siguientes mediante una compra por separado o un pase de temporada (*Season Pass*). Con la compra de este último se adquieren todos los episodios a un precio más económico que con su compra individual. Entre los juegos de este tipo destacan los creados por la compañía Telltale Games, muchos de ellos basados en personajes o series de la cultura popular, de entre los que resaltamos *Batman - The Telltale Series* (2016-2017), Juego de Tronos (*Game of Thrones*, 2014) o *The Walking Dead* (2012-2019).

1.3 Tipos de localización en videojuegos. Localización parcial

A la hora de llevar a cabo un encargo de localización comprobamos que, dependiendo del videojuego y los recursos disponibles, se elige entre una localización de tipo parcial o una total. Observemos a continuación las características principales de la localización parcial.

En el caso de optar por este tipo de localización, el contenido básico que debe traducirse es la carátula del videojuego y el manual, si lo tuviese, ya que es un mínimo que se dicta por ley (Muñoz, 2017). En el panorama actual, los manuales son un caso un tanto especial, ya que en los últimos años se han dejado de fabricar debido al coste extra que suponían y a la normalización de los tutoriales dentro de los videojuegos. Dicho esto, aún es posible encontrar videojuegos físicos en cuya caja se incluye una única hoja en la que se muestran los controles básicos, para que así el jugador tenga un mínimo de información antes de comenzar la partida.

En lo que respecta al contenido del videojuego, la localización parcial es una estrategia muy empleada en los siguientes tipos de juegos: en videojuegos con una expectación más baja por parte de los usuarios, en aquellos que pertenecen al género independiente o *indie*, cada vez más popular, o en los juegos con cantidades ingentes de texto, en los que se mantiene el doblaje original sin localizar.

En Japón, los juegos del género RPG se caracterizan por su gran popularidad dentro y fuera del país, por sus numerosos diálogos y por mostrar grandes cantidades de información (texto) en los distintos menús de juego y durante la partida. Por ello, no son pocas las ocasiones en las que se opta por este tipo de localización en territorios occidentales. Además, en Occidente la cifra de consumidores de este género de videojuegos es cada vez mayor, por lo que su localización resulta prácticamente indispensable para asegurar el éxito del producto en los distintos mercados.

En los países anglófonos, su localización tiende a ser completa, es decir, comprende voces, textos y subtítulos en inglés. Siempre debemos tener presente el influjo de este idioma a nivel mundial. Por otro lado, en los países en los que se hablan idiomas diferentes a este, como los mercados FIGS, es decir, las siglas en inglés de Francia, Italia, Alemania y España (O'Hagan y Mangiron, 2013: 130), se suele apostar por la traducción únicamente del texto y los subtítulos. Por lo tanto, se mantienen las voces originales en japonés, las dobladas en inglés o ambas. En algunos casos, sin embargo, la localización a estas lenguas europeas no llega a realizarse, ya que la traducción de toda la cantidad de texto del videojuego supone un gasto excesivo para la empresa, sobre todo en juegos de bajo presupuesto o en aquellos dirigidos a un público muy determinado. Este es el caso de, por ejemplo, el videojuego *NieR* (2010; Anexos, Figura 5) o la saga *Persona* (1996), ambos japoneses y pertenecientes al género de rol de acción. El primero fue un proyecto de bajo presupuesto con una secuela, *NieR: Automata* (2017), que cosechó mayores beneficios. En el caso de *Persona*, su popularidad en sus inicios se limitaba al territorio nipón, pero poco a poco fue acumulando seguidores en Occidente, por lo que llegó a localizarse completa y únicamente en inglés. Dicho lo anterior, cabe destacar que la versión *Royal* de la última entrega de este videojuego, *Persona 5* (2016 en Japón, 2017 en todo el mundo), se convirtió en la primera de la saga en contar con localización de textos y subtítulos en las lenguas FIGS (Anexos, Figura 6). *Persona 5 Royal* se lanzó al mercado el pasado 31 de marzo de 2020.

1.4 Tipos de localización en videojuegos. Localización total

La localización total se lleva a cabo en los videojuegos de gran presupuesto y muy esperados por los usuarios, llamados “AAA” (juegos “triple A”) o *Triple-A games* (Fernández Costales, 2014: 231). Los juegos pertenecientes a este tipo son, por ejemplo, los de sagas como *Batman: Arkham* (*Asylum*, *City* y *Knight*, 2009-2015), *Uncharted* (2007-2017), *Tomb Raider* (1996-2018), *God of War* (2005-2018; Anexos, Figura 7) o

The Legend of Zelda: Breath of the Wild (2017), que se postuló como el primer AAA de la consola Nintendo Switch el mismo día en el que este sistema se lanzó al mercado (3 de marzo de 2017).

El objetivo principal de este tipo de localización es lograr que el producto llegue traducido de manera completa (voces, textos y subtítulos) a los distintos mercados del público meta. Como si de una película se tratase, para esta localización se invierte en distintos tipos de labores típicas del ámbito audiovisual, como son el doblaje, subtítulo o incluso *voice-over*, en algunos casos (Mayoral, 2002: 125), así como *lip-synch* o sincronización labial (O'Hagan y Mangiron, 2013: 135). Asimismo, los gastos son más elevados comparados con los de una localización parcial, pero las empresas esperan que las grandes cantidades de dinero invertidas en el producto produzcan beneficios notables, siempre que el videojuego logre superar el número de ventas esperado por la compañía desarrolladora.

Uno de los modelos de localización más empleados en la localización total es el denominado *sim-ship* (*simultaneous shipment*, “envíos simultáneos”), el cual significa que tanto la versión original como las localizadas se envían a los distintos mercados del mundo al mismo tiempo (O'Hagan, 2007: 3). En relación con lo anterior, cabe destacar un detalle de gran importancia que caracteriza a la puesta en venta de los videojuegos japoneses localizados: en ocasiones, podemos observar una diferencia de tiempo relativamente corta entre su salida al mercado en Japón y en los demás territorios. Por ejemplo, el ya mencionado *NieR: Automata* se publicó el 23 de febrero de 2017 en Japón, el 7 de marzo de ese mismo año en América y el 10 de marzo en Europa, para la consola PlayStation 4. Su versión de PC salió a la venta el 17 de marzo de 2017 en todo el mundo. La versión de Xbox One se publicó el 26 de junio del siguiente año, 2018, en formato digital gracias a su éxito en las dos plataformas anteriores. Sin embargo, en determinados casos, el videojuego puede llegar a publicarse meses después en territorios occidentales. Por ejemplo, este fue el caso de *Kingdom Hearts HD 1.5 ReMIX*, cuya fecha de salida en Japón fue el 14 de marzo de 2013, mientras que en Estados Unidos y en Europa se puso a la venta el 10 y 13 septiembre de ese mismo año, respectivamente, solo en la plataforma PlayStation 3.

Retomando brevemente el modelo *sim-ship*, es importante añadir que éste conlleva un desafío extra para los localizadores, ya que deben trabajar con un texto origen cambiante

debido a que el videojuego se encuentra aún en desarrollo (O'Hagan y Mangiron, 2013: 130). En el caso de que se trabajase con un videojuego ya finalizado estaríamos hablando de una traducción *post-gold* (*ibidem*). Este término se emplea en la industria de manera constante tanto por usuarios como por compañías desarrolladoras. Hablar de un videojuego en estado *gold* expresa que dicho producto ha completado su desarrollo y sus primeras copias ya han empezado a producirse y prepararse para su comercialización.

1.5 Variedades lingüísticas en la localización de videojuegos

Otros dos aspectos fundamentales que observamos cada vez más en los videojuegos localizados en la actualidad son la globalización y la competitividad entre las distintas empresas desarrolladoras. La posibilidad de llegar hoy día a un número mayor de mercados ha provocado que aumenten las localizaciones a las distintas variedades geográficas de una misma lengua (Bernal, 2018: 124). Este es el caso del portugués de Brasil y de Portugal, el español de Europa y de Latinoamérica o el chino simplificado y el tradicional. De igual modo, en los últimos años hemos ido observando una mayor presencia de localizaciones a idiomas antes menos comunes en este tipo de productos, como son el turco, el danés o el árabe, por ejemplo. Si bien los anteriores no cuentan con un influjo tan grande como las lenguas FIGS o el inglés, sí se ha logrado aportarles un mínimo de visibilidad.

En el ámbito que nos atañe, dos ejemplos de videojuegos actuales en los que observamos localizaciones a distintas variedades de una misma lengua son *Horizon Zero Dawn* (2017) y *Mortal Kombat 11* (2019). En el caso del primero, su versión europea incluye el español de España y la americana el español de Latinoamérica. Por otro lado, en la versión localizada al español europeo de *Mortal Kombat 11* se han traducido los textos al español peninsular, pero mantenido las voces originales en inglés. En su versión latinoamericana, se han traducido los textos y doblado las voces al español latinoamericano, más concretamente, al de México¹⁰. Es decir, para Latinoamérica se ha realizado una localización total, mientras que para España observamos una de tipo parcial.

¹⁰ Más información relativa a este doblaje en la página siguiente: https://doblaje.fandom.com/es/wiki/Mortal_Kombat_11

1.6 Limitaciones de espacio

Las limitaciones de espacio son un elemento clave para los localizadores, sobre todo a la hora de verter el texto de un idioma como el japonés a una lengua romance o al inglés. La traducción que se realiza desde una lengua asiática puede presentarle más de un quebradero de cabeza al localizador, ya que en estos idiomas se emplean ideogramas; esto es, caracteres que representan un concepto que en ocasiones se expresan con varias palabras en otras lenguas (Stevens Heath 2010 en O'Hagan y Mangiron, 2013: 131).

Para lograr solucionar los problemas relacionados con las limitaciones de espacio, la estrategia principal por la que opta el localizador es aplicar una de las normas generales del subtítulo: la reducción u omisión de contenido, siempre y cuando no se pierda ninguna información que pueda alterar el significado original. Por otro lado, en el caso de los videojuegos se pueden elegir otras alternativas aparte de la ya mencionada. Hablamos del diseño de listas, menús o cuadros de texto desplegables y de diferentes tamaños para suplir las limitaciones de espacio, o de la adición de líneas extra para los subtítulos mostrados en pantalla (Stevens Heath 2010 en O'Hagan y Mangiron, 2013: 131).

1.7 División por regiones y sus características

Para finalizar este apartado, estudiemos a continuación un aspecto que afecta al usuario como consumidor de videojuegos localizados para un mercado en concreto. Como ya se ha mencionado anteriormente, los videojuegos actuales pueden reproducirse en unos idiomas determinados dependiendo del territorio en la que se hayan comercializado (recordemos los ejemplos de *Horizon Zero Dawn* y *Mortal Kombat 11*). Este es un detalle al que normalmente los consumidores no le prestan atención, ya que por regla general deciden comprar el videojuego localizado en su idioma en una tienda local cuando lo deseen. Sin embargo, cada vez es más común observar cómo algunos usuarios optan por comprar juegos localizados para mercados diferentes del que ellos forman parte. En las siguientes líneas descubriremos el porqué. El término empleado para referirnos a las zonas en las que una determinada versión localizada de un videojuego se comercializa es *código(s) de región* o, en su defecto, *regiones* (Anexos, Figura 8).

Dependiendo de la plataforma en la que consumamos videojuegos, el número regiones varía. Dicho esto, una característica que une a todas las consolas de la actual octava generación, es decir, PlayStation 4, Xbox One y Nintendo Switch, con excepción de Wii

U (lanzada al mercado en 2012, predecesora de Nintendo Switch), es su ausencia de bloqueo regional o *region free*. Esta característica se resume en que cualquier videojuego que compre el usuario, sea de la región que sea, funcionará correctamente en la consola correspondiente, si bien deben tenerse en cuenta otros factores que comentamos en los siguientes párrafos. En el caso de la consola PlayStation, la protección regional también se eliminó en su consola de sobremesa de la anterior generación, PlayStation 3. Si la comparamos con las demás consolas del mismo tipo de séptima generación, observamos que la comercializada por Sony fue la única que no tuvo implementado el bloqueo por región. Este cambio, aunque parezca *a priori* nimio, fue en realidad un gran avance en comparación con sus predecesoras, es decir, PlayStation 2 y la PlayStation original.

Para estas dos últimas, se comercializaron versiones diferentes de los mismos videojuegos y consolas. Esto significó que, si no se disponía de la consola y del videojuego de la misma región, resultaba imposible reproducirlos. Los dos tipos de regiones más comunes durante los tiempos de la quinta y sexta generación de consolas fueron PAL y NTSC. La primera, PAL (*Phase Alternating Line*), se utilizó en la mayoría de los países europeos, africanos y asiáticos, Australia y algunas zonas de Sudamérica. La segunda, NTSC (*National Television System Committee*), se usó en América del Norte, América Central, la mayor parte de América del Sur y Japón¹¹. Todos los aspectos técnicos anteriores se resumen en que, si tuviésemos a nuestra disposición una consola PAL, podríamos reproducir y jugar videojuegos comercializados en España, Italia, Reino Unido o Alemania, por ejemplo (Anexos, Figura 9). Sin embargo, si quisiésemos jugar un videojuego publicado en Estados Unidos o en Japón, tendríamos que adquirir una consola comercializada en el país correspondiente, incluso si ambos forman parte del grupo NTSC. Esto se debe a que dentro de este grupo encontramos a su vez subgrupos, como NTSC-U (EE. UU.) o NTSC-J (Japón; Anexos, Figura 10).

De vuelta a la generación actual, si bien se ha explicado que el bloqueo regional se ha eliminado en su totalidad para videojuegos y consolas, aún podemos encontrar algunas excepciones. Por un lado, sigue vigente una división entre regiones o mercados de videojuegos. En el caso de PlayStation 4, se distinguen un total de siete¹²:

¹¹ Información acerca de los sistemas PAL y NTSC extraídos de las páginas siguientes: <https://www.wikiversus.com/tv/diferencia-pal-ntsc/> y <https://www.gamerbraves.com/ps4-games-region-codes-explained/>

¹² La información relativa al número de regiones y los países que conforman cada una de ellas se puede consultar en la siguiente página: <https://www.gamerbraves.com/ps4-games-region-codes-explained/>

- R0: todas las regiones, universal.
- R1: Islas Bermudas, Canadá, Estados Unidos y sus territorios.
- R2: Oriente Medio, Europa Occidental, Europa Central, Egipto, Francia de ultramar, Groenlandia, Japón, Lesoto, Sudáfrica y Suiza.
- R3: Sudeste Asiático, Hong Kong, Macao, Corea del Sur y Taiwán.
- R4: Australasia, América Central, el Caribe, México, Oceanía y Sudamérica.
- R5: Países africanos restantes, antigua Unión Soviética, Subcontinente indio, Mongolia y Corea del Norte.
- R6: China continental.

1.8 Excepciones en la localización de videojuegos en ciertas regiones

Un detalle más que destacable que observamos al comparar esta división con las explicaciones anteriores es el siguiente: si bien España (Europa) se encuentra en la misma región que Japón (Asia), la número 2, un videojuego para PlayStation 4 procedente del país nipón no se va a reproducir de la misma manera que uno comercializado en el nuestro. La diferencia más notable nada más iniciar el videojuego es el idioma en el que se visualizan los menús. Asimismo, si intentásemos cambiar el idioma del sistema para así modificar el del videojuego, comprobaremos que no obtendremos ningún resultado diferente. Sin embargo, existen excepciones: por ejemplo, el videojuego rítmico de origen japonés *Taiko no Tatsujin: Drum Session!* (2017, nombre original: 太鼓の達人 セッションでドドンがドン！; transcripción: “Taiko no Tatsujin Sesshon de Do Don ga Don!”) sí cuenta en su versión nipona con una localización en inglés. Se puede acceder a ella mediante un simple cambio en los ajustes de idioma del sistema PlayStation 4.

Este tipo de excepción en la localización de un producto para un mercado específico también se aplica a los juegos comercializados en territorio americano. En este caso, lo más común es encontrar juegos cuyo idioma original es el inglés, si bien también suele incluirse en ellos la localización al español de Latinoamérica y a otros idiomas hablados en el continente. Dicho lo anterior, cabe destacar el caso excepcional de un videojuego en concreto, entre probablemente muchos otros: *Batman: Arkham Asylum* (2009). Su edición *Game of the Year* (GOTY, “Juego del año”) de PlayStation 3 se publicó en 2010 en los Estados Unidos. Esta versión americana puede reproducirse en su versión localizada al español de España (voces y textos, localización total), si este fuese el idioma

del sistema. De manera predeterminada, este juego se visualiza con textos y voces en inglés, ya que no incluye un selector de idioma dentro del propio videojuego.

1.9 Las regiones y el contenido digital

Otro aspecto muy importante que debe tener en cuenta el consumidor que compra juegos de distintas regiones son los códigos promocionales y contenidos descargables, denominados popularmente como DLC (del inglés *Downloadable Content*). Desde la creación de plataformas de distribución de contenido online como *PlayStation Network* (2005) o *Xbox Live* (2002) durante la sexta generación de consolas, la importancia de todo lo relativo al contenido en línea ha ido y sigue aumentando en el día de hoy. Esto incluye tablas de clasificación en videojuegos, partidas en línea en tiempo real, retransmisiones en directo y, obviamente, compras en tiendas digitales. El influjo ha sido tal que en las consolas actuales de sobremesa todo usuario debe pagar una suscripción mensual, trimestral o anual para así poder acceder a la mayoría del contenido online. La suscripción ofrece acceso a las partidas multijugador, a descuentos exclusivos en las tiendas digitales o al almacenamiento de los datos de partida en la nube, entre otros.

En el caso de PlayStation 4, esta suscripción se denomina *PlayStation Plus*, en Xbox One, *Xbox Gold*, y en Nintendo Switch, *Nintendo Switch Online*. En las consolas PlayStation 3 y Xbox 360 de la anterior generación también están disponibles los respectivos servicios. En cuanto a su precio, el servicio ofrecido por Sony es el más caro de los tres, con un coste de 8,99 € al mes, 24,99 € por tres meses y 59,99 € al año. Un poco más baratas son las ofertas mensuales de Xbox Live Gold, el servicio ofrecido por Microsoft: 6,99 € al mes, 19,99 € por tres meses y 59,99 € al año. La suscripción más económica es la que ofrece Nintendo Switch Online: 3,99 € al mes, 7,99 € cada tres meses y 19,99 € al año (Anexos, Figura 11). Además, Nintendo también ofrece una suscripción familiar de hasta ocho cuentas durante 12 meses por 34,99 €. ¹³

La suscripción, los códigos promocionales y todo el contenido descargable relacionado con el servicio en línea de cada compañía también se encuentran divididos en regiones. Por lo tanto, esto significa que lo que una vez ocurriese con las distintas versiones de

¹³ Todos estos datos se han extraído de las páginas oficiales españolas de PlayStation (<https://www.playstation.com/es-es/explore/playstation-plus/join-ps-plus/>), Xbox (<https://www.microsoft.com/es-es/p/xbox-live-gold/CFQ7TTC0K5DJ/000G?rtc=1&activetab=pivot:overviewtab>) y Nintendo (<https://www.nintendo.es/Familia-Nintendo-Switch/Nintendo-Switch-Online/Nintendo-Switch-Online-1183143.html>).

consolas y juegos físicos se ha implementado al contenido online o digital actual. A este hecho se le añade la relativa facilidad actual para acceder a juegos digitales o contenido online localizado gracias a los avances de las nuevas tecnologías. Dicho lo anterior, recordemos que el usuario debe tener siempre en cuenta la región del videojuego a la hora de acceder a su respectivo contenido descargable, tal y como sucede con su localización. Por ejemplo, si el usuario adquiriese un videojuego físico de PlayStation 4 en Estados Unidos, podrá reproducirlo en su consola fabricada en España, como ya hemos explicado. Ahora bien, a la hora de acceder a su contenido descargable, deberá realizar todas las transacciones en una cuenta *PlayStation Network* de Estados Unidos. De este modo, tanto la versión (región) de dicho contenido en línea como la de su copia física será la misma. En el caso de que el usuario comprase el contenido descargable en una cuenta española, su videojuego estadounidense no lograría *encontrar* el contenido digital. En esta situación, si el usuario quisiese acceder al contenido digital comprado, deberá adquirir una versión europea de dicho videojuego, de manera física o digital.

1.10 Estrategias de los usuarios para acceder a ciertos contenidos descargables

Por último, cabe destacar que algunos usuarios aprovechan la división actual de los contenidos físicos y digitales para así poder acceder a demos, contenido descargable o juegos completos que no se han llegado a publicar en el territorio en el que se encuentran. Por ejemplo, en ocasiones, los usuarios crean cuentas pertenecientes a territorios de Oceanía, como Australia o Nueva Zelanda, ya que la diferencia horaria entre estos dos países y, por ejemplo, España, suele ser de aproximadamente 10 horas. En el caso que vemos a continuación, la diferencia horaria no solo permitió acceder al contenido antes, sino también a horas no intempestivas.

Un ejemplo actual es la *demo* de *Resident Evil 3 Remake*, publicada durante la madrugada del día 19 de marzo de 2020 en la PlayStation Store (tienda digital) de España. Los usuarios, en lugar de esperar a que llegase ese día, descargaron la demo desde las tiendas digitales de nueva Zelanda o Australia a partir de aproximadamente las 15:00 del miércoles 18 de marzo. Curiosamente, esta demo disponía de una localización de textos y voces (total) en castellano, si bien la región desde la que se descargó fue Oceanía (Región 4; R4).

Otro ejemplo actual de un juego completo es la versión publicada en Japón del videojuego rítmico *Hatsune Miku: Project DIVA MegaMix* (título original: 初音ミク Project DIVA MEGA39's) para la consola Nintendo Switch el 13 de febrero de 2020. Su compañía desarrolladora, SEGA, comercializó la versión localizada en inglés en Occidente el 15 de mayo de este mismo año, únicamente en formato digital. Debido a la diferencia de tiempo entre las respectivas fechas de salida, un gran número de aficionados decidió adquirir la versión japonesa del juego en lugar de esperar a su salida en los mercados de Occidente. Para ello, crearon una cuenta online nipona en su Nintendo Switch y le añadieron fondos para adquirir el producto. Dichos fondos se añaden mediante la compra de tarjetas prepago para usar en la tienda digital, en este caso, la *Nintendo eShop*. Todo este proceso se realiza de manera digital en unos pocos minutos y está al alcance de cualquier usuario con conexión a Internet.

La versión nipona del videojuego está disponible solamente en idioma japonés, pero los usuarios no nativos tienen la posibilidad de superar esta barrera lingüística gracias a las siguientes características: su intuitiva interfaz, su gran parecido con anteriores entregas de la saga, la eliminación del componente narrativo, así como el interés y conocimientos básicos de japonés de los jugadores. Además, también se pueden consultar numerosos vídeos, páginas web, etc. en los que se explican y se navega por los distintos menús del juego (Anexos, Figura 12).

Con todo, podemos afirmar que hoy en día cualquier usuario con conexión a Internet es capaz de acceder de manera fácil y rápida a todo tipo de contenido audiovisual en el idioma que desee. Ahora bien, tras estudiar todos los anteriores conceptos, nos planteamos una serie de preguntas: ¿cómo será el acceso a los videojuegos localizados en el futuro? ¿Llegará el día en el que no exista ningún tipo de restricción o bloqueo según el tipo de mercado o territorio al que pertenezca dicho producto? ¿Seguirá desempeñando la globalización un papel tan vital como ahora? Estas preguntas no solo afectarán a los usuarios, sino también a los localizadores de todo tipo de contenido multimedia.

2. Marco teórico II. La transcreación en los videojuegos

En las anteriores páginas hemos estudiado el contexto y evolución de los videojuegos publicados desde la segunda mitad del siglo XX hasta la actualidad. Asimismo, se han presentado dos tipos de localización en videojuegos, así como resaltado la accesibilidad actual a innumerables juegos localizados para diferentes mercados o regiones, con sus respectivas restricciones y excepciones. A continuación, se profundiza un poco más en otra estrategia de traducción que, si bien se asocia más a otros ámbitos como el de la publicidad, se está empleando cada vez más en los videojuegos. Estamos hablando de la transcreación. Esta es una estrategia que Chaume define de la siguiente manera:

...not only the translation of the linguistic and paralinguistic codes of the original text, but also the localization of all other acoustic codes (music and special effects) as well as the visual codes (changes in iconography, lighting, types of shots, kinesics, graphic codes, editing and so on), as is the case of some commercials or cartoons.¹⁴ (Chaume, 2019: 109)

Como podemos observar, el aspecto más importante que resalta Chaume es la necesidad en traducción audiovisual de verter prácticamente todos los códigos o tipos de información que vemos en pantalla (lingüísticos, visuales, acústicos, etc.) para el público meta. Este es el objetivo principal de la transcreación, que se aplica también a los distintos públicos meta que consumen videojuegos. Es decir: “...the skopos of game localisation is to produce a target version that keeps the ‘look and feel’ of the original, yet passing itself off as the original.”¹⁵ (O’Hagan y Mangiron, 2006: 20). Por lo tanto, el traductor se encuentra en una “lucha constante” al enfrentarse a un videojuego que presente numerosos rasgos culturales, humor o conceptos lingüísticos propios de la lengua origen. No olvidemos tampoco que en el caso de los videojuegos japoneses el localizador debe enfrentarse también a los *kanji*, conceptos para cuya traducción se necesitan tanto conocimientos lingüísticos como de la cultura nipona.

Por otro lado, cabe destacar otro aspecto ya mencionado en el apartado anterior y que resulta de gran importancia a la hora de transmitir emociones: la narrativa. Recordemos que en sus inicios los videojuegos debían cumplir un único objetivo, el cual era entretener

¹⁴ “...no solo la traducción de los códigos lingüísticos y paralingüísticos del texto original, sino también la localización de todos los demás códigos acústicos (música y efectos especiales), así como los códigos visuales (cambios en iconografía, iluminación, tipos de planos, kinésica, códigos gráficos, edición), como es el caso de algunos anuncios publicitarios o series animadas.”

¹⁵ “...el propósito de la traducción de videojuegos es producir una versión meta en la que se mantengan los ‘aspectos y sensaciones’ del original haciendo pasar dicha versión por el original.”

al usuario. En la actualidad, las mecánicas de juego son uno de los componentes clave, pero estas se complementan a su vez con la música, los personajes y los sucesos que ocurren en el propio videojuego. Todos los elementos anteriores se aúnan para formar un todo que debe transmitirse al jugador.

La música instrumental o el poder sentirse identificado con un personaje determinado son elementos abstractos y no traducibles en sí. Sin embargo, la capacidad creativa de los localizadores es la que debe transmitir los sucesos de las narrativas y las emociones que se evocan a través de las historias en los videojuegos. Es decir, una localización adecuada debe ser capaz de verter los elementos tangibles (texto, voces) y no tangibles (emociones, sentimientos) a la hora de llevar a cabo una labor de transcreación satisfactoria. Todas las características anteriores se resumen en las siguientes palabras de Mangiron:

In the case of video games, any asset —in-game text, art assets, audio and cinematic assets, game mechanics, etc.— can be adapted, and translators are generally granted carte blanche to modify or recreate any element of the original that they deem necessary or indeed include new references to the target culture in their translations.¹⁶ (Mangiron, 2012: 3)

Aunque en un principio no nos percatemos de ello, en numerosas ocasiones encontramos ejemplos de transcreación visibles en los productos audiovisuales que consumimos. Por ejemplo, si en una película visualizamos una escena musical en la que aparecen subtítulos con la letra de la canción traducida en pantalla, este sería un tipo de transcreación. Otro caso similar: en una escena de un videojuego localizado al español vemos a un personaje que lee un periódico. Se enfoca el periódico, con un título y texto legibles para el jugador, pero en un idioma extranjero. Al mismo tiempo, la voz superpuesta del personaje lee el titular o, en su defecto, aparecen subtítulos en pantalla con la traducción del texto del periódico. Imaginemos ahora la escena de una serie ambientada en Japón en la que uno de los personajes pronuncia la palabra *ikebana* en la versión original. En su versión doblada al castellano se escucha el mismo término, pero se le añade a la frase las palabras “arreglo floral”. Los tres ejemplos anteriores son casos de transcreación visibles y necesarios para que el usuario no pierda ningún tipo de información que afecte a su

¹⁶ “En el caso de los videojuegos, cualquier recurso (texto dentro del juego, recursos artísticos, recursos sonoros y cinematográficos, mecánicas de juego, etc.) puede adaptarse y, por lo general, se les da carta blanca a los traductores para modificar o recrear cualquier elemento del original que consideren necesario o incluso añadir nuevas referencias para la cultura meta en sus traducciones.”

conocimiento general de la narrativa de la película, videojuego, etc. que esté consumiendo (Anexos, Figura 13).

Explicados ya los conceptos básicos de transcreación en los productos audiovisuales, estudiemos a continuación una serie de elementos relativos a las estrategias de comercialización de videojuegos que afectan principalmente a su contenido. Los aspectos que observamos en las siguientes páginas están estrechamente relacionados con el uso de distintos tipos de transcreación.

A continuación, distinguimos los distintos sistemas de clasificación por edades de los videojuegos comercializados en países europeos, americanos y en Japón. Estos son, en orden, PEGI, ESRB y CERO. Acto seguido, analizamos dos tipos de contenido propensos a modificarse a la hora de comercializar un videojuego en distintos territorios, en numerosas ocasiones mediante procesos de transcreación. Por último, comparamos una serie de carátulas y subtítulos de sagas de videojuegos para observar cómo cambia su diseño y el efecto en el consumidor al comercializarse en distintos países.

2.1 Sistemas de clasificación por edades en videojuegos

Tal y como ocurre con las películas, las series o los programas de televisión, los videojuegos también disponen de un sistema de clasificación por edades. La calificación del videojuego varía dependiendo del contenido que se presenta en él y determina el público al que va dirigido. En este trabajo comparamos de manera breve un total de tres sistemas: PEGI (países europeos), ESRB (territorio americano) y CERO (Japón).

- **PEGI (*Pan European Game Information*)**

Este es el sistema usado para clasificar los juegos comercializados en la mayoría de países europeos. Se lanzó en el año 2003 y en la actualidad se emplea en más de 35 países de nuestro continente. Alemania es, por ejemplo, una excepción, ya que en este país se usa el sistema USK (*Unterhaltungssoftware Selbstkontrolle*) en lugar de PEGI. Este sistema representa la información sobre el contenido de un videojuego mediante etiquetas presentes en las partes frontal y trasera de la caja del mismo. De esta manera se establece una compra responsable por parte del consumidor (Guerra y Revuelta, 2016: 88).

En la carátula frontal se especifica la edad mínima que debe tener el usuario que consume dicho videojuego, representada en la actualidad mediante una etiqueta con un número en blanco sobre un fondo de un color determinado. En el caso de los juegos PEGI 3 o 7,

dicho fondo es verde. Como pequeña excepción, solamente en Portugal estas cifras cambian a 4 y 6, respectivamente. En el caso de los videojuegos clasificados PEGI 12 o 16, el color del fondo es naranja y, por último, los PEGI 18, rojo. Asimismo, cabe destacar que, desde su instauración en Europa hasta el año 2009, las etiquetas PEGI se representaron con un número de color blanco sobre un fondo negro. Es decir, ninguna calificación contó con un fondo de un color determinado de 2003 a 2009.

En la parte trasera de la carátula se muestra lo siguiente: por un lado, características varias que ofrece el videojuego, para así animar al consumidor a jugarlo. También se informa al usuario de los requisitos mínimos para su reproducción en el sistema, de la región a la que pertenece el videojuego, las compañías desarrolladoras involucradas y diversas especificaciones legales. Asimismo, se vuelve a mostrar la calificación por edades del videojuego y se añade junto a ella una serie de pequeñas imágenes. Dichas ilustraciones describen el tipo de contenido que presenta el videojuego. Generalmente, cuanto mayor sea el número de estas etiquetas en la parte trasera, más alta será la calificación del videojuego.

Los elementos que modifican la clasificación PEGI son los siguientes: el contenido violento y sexual (representados con un puño y los símbolos del hombre y la mujer entrelazados, respectivamente). El uso de lenguaje soez (un globo con los símbolos “@#!”) y drogas (una jeringuilla). El miedo (una araña). La discriminación (dos siluetas blancas rodeando a una negra). El contenido online (un globo terráqueo conectado a tres ordenadores) y, por último, la inclusión de juegos de azar (dos dados). En la actualidad, estas imágenes están acompañadas de un pequeño texto informativo (“violencia”, “lenguaje soez”, “drogas”, etc.) situado debajo de dicha imagen (Anexos, Figura 14). Tal y como ocurriera con el color del fondo de las etiquetas de calificación por edades, antes del 2009 las ilustraciones descriptivas del contenido no incluían ningún pequeño texto descriptivo. Cabe destacar también la reciente introducción, en 2018, de una nueva etiqueta que representa la posibilidad de realizar compras dentro del juego, es decir, la adquisición de contenido descargable a través de transacciones en la vida real. Su correspondiente imagen es una mano que sostiene una tarjeta de crédito.¹⁷

¹⁷ Toda esta información se ha extraído del trabajo citado, así como de las siguientes páginas web: <https://www.vidaextra.com/industria/el-sistema-pegí-se-vuelve-de-colores-a-ver-si-asi-se-enteran-los-padres> y <https://pegí.info/es>

- **ESRB (*Entertainment Software Rating Board*)**

Creado en 1994, este es un sistema de clasificación por edades de videojuegos creado en Estados Unidos, si bien su uso se extiende a otros países de América, como México o Argentina. Su manera de etiquetar y representar la calificación, así como de describir el contenido presente de un videojuego, es muy similar a la del sistema anterior, pero se aprecian unas pequeñas diferencias: en la parte frontal de la carátula se incluye una etiqueta, en este caso siempre en blanco y negro, con la edad recomendada. En la trasera, observamos la descripción del contenido que ofrece el videojuego, representada mediante un texto breve, sin la inclusión de ninguna imagen.

En lo que respecta a la representación de la edad recomendada, en la actualidad este sistema emplea las letras “E”, “T”, “M” y “AO”. En 2018 se retiró una etiqueta que mostraba las siglas “EC”, *Early Childhood* (primera infancia). Esta se empleaba para calificar videojuegos cuyo contenido era puramente didáctico y dirigido específicamente a niños pequeños.

En el caso de la imagen de la letra E (*Everyone*, apto para todos), se distinguen dos tipos: una letra “E” sin ninguna cifra unida a ella, o acompañada de un “+10”. Las letras “T” (*Teen*, adolescente), “M” (*Mature*, adulto) y “AO” (*Adults Only*, solo para adultos mayores de 18 años) no presentan ningún número unido a la letra en la imagen. Dicho lo anterior, en los casos de *Everyone +10*, *Mature* y *Adults Only* sí se especifica mediante un pequeño texto situado encima de la letra que el videojuego presenta un contenido para, respectivamente, mayores de 10, 17 y 18 años (Anexos, Figura 15). Cabe destacar que la clasificación *Adults Only* se aplica a muy pocos videojuegos ya que, si bien a primera vista podríamos pensar que equivale a PEGI 18, esto no es así en el ESRB. Esta etiqueta se emplea solamente para juegos con un alto contenido violento o sexual, y las empresas Sony, Microsoft y Nintendo no permiten que videojuegos de esta calificación se comercialicen para sus consolas.

A la hora de describir el contenido del juego, el sistema ESRB no emplea ningún tipo de imágenes, como sí hace PEGI, sino que añade en un recuadro un pequeño texto informativo sobre dicho contenido. Algunos de los textos más comúnmente empleados son: *Suggestive Themes* (temas sugerentes), *Use of Alcohol* (alcohol), *Violence* (violencia), *Strong Language* (lenguaje soez fuerte) o *Partial Nudity* (desnudez parcial). Si comparamos estos textos con las imágenes del sistema PEGI, comprobamos que el

ESRB logra aportar una mayor claridad a la hora de explicar cuál es el tipo de contenido y su “grado” (*Mild, Strong* o *Intense*, leve, fuerte o intenso) en el videojuego.

Además, debemos recordar que, durante los primeros años del sistema PEGI, sus imágenes representativas del contenido de un videojuego no presentaban un texto informativo en la parte inferior. Es decir, no se especificaba que un puño significaba “violencia”, o una jeringuilla, “drogas”, como sí ocurre hoy en día. Si se deseaba saber el significado de dichos iconos, se debían leer las primeras páginas del manual del videojuego. Por otro lado, cabe destacar que en la página oficial del ESRB podemos encontrar pequeños artículos en los que se describen de manera minuciosa todos los contenidos presentes en un videojuego. Dichas descripciones se acompañan de ejemplos extraídos del propio juego. De esta manera, tanto usuarios como padres son capaces de saber fácilmente qué grado de violencia, obscenidad, etc. se visualizará en el producto.¹⁸

- **CERO (*Computer Entertainment Rating Organization*)**

Este es el sistema de clasificación por edades de videojuegos empleado en Japón. Se creó en el año 2002 y su sistema de etiquetas y descripción de contenido se asemeja en gran medida al empleado por PEGI. En el caso de la calificación por edades, el sistema CERO emplea letras del abecedario según el tipo de público al que esté dirigido el videojuego: A (todas las edades), B (12 años o más), C (15 años o más), D (17 años o más) y Z (solo para mayores de 18 años). Los juegos CERO Z se caracterizan por añadir una pequeña etiqueta extra en la carátula en la que se especifica que no pueden venderse a usuarios menores 18 años. Existe también, aunque menos común, la etiqueta 教育・データベース (transcripción: “Kyouiku deetabeesu”, base de datos didáctica), que designa a los videojuegos con contenido didáctico dirigidos a niños pequeños, muy similar a la etiqueta *Early Childhood* del ESRB.

CERO, recordemos, emplea pequeñas ilustraciones para describir el contenido que ofrece un videojuego. En concreto, son un total de nueve y se incluyen en la parte trasera de las cajas. Al igual que PEGI durante sus primeros años, estas ilustraciones no están acompañadas por ningún texto descriptivo en la actualidad. Por otro lado, es curioso resaltar que seis de estas imágenes tienen un gran parecido con las de PEGI. Estas

¹⁸ Toda la información extraída y relativa al ESRB se ha obtenido a partir de la página oficial: <https://www.esrb.org/>

etiquetas son las relativas a: contenido violento (un puño cerrado que sostiene un cuchillo), contenido sexual (símbolos del hombre y la mujer entrelazados), elementos de terror (un fantasma), uso de drogas (una jeringuilla), lenguaje soez (un globo con una “X”) e inclusión de juegos de azar (un saco de dinero con el símbolo del yen). Las tres etiquetas restantes empleadas en CERO que no se parecen a ninguna de las usadas en PEGI son las siguientes: *Love* (relaciones amorosas), representada con dos corazones, *Drinking / Smoking* (alcohol y tabaco), con una copa y un cigarro, y *Crime* (delitos), con una pistola (Anexos, Figura 16).¹⁹

2.2 Influjo de la clasificación por edades en los videojuegos

Tras estudiar los anteriores sistemas de clasificación por edades, procedamos a explicar ahora la relación entre la calificación y las consecuencias que esta conlleva a la hora de crear, modificar y localizar un videojuego. En este apartado ponemos el foco de atención en juegos principalmente destinados a un público adolescente o adulto, ya que son estos los que, por regla general, sufren modificaciones en los distintos territorios.

Como ya se ha comentado en el apartado anterior, los dos tipos de contenido que suelen aumentar la calificación por edades de un determinado videojuego son el violento y el sexual. Por ello, cuando un videojuego presenta escenas explícitas de uno de los anteriores o de ambos, es muy probable que su calificación en un determinado país o territorio aumente e incluso llegue a la más alta. Existen también casos en los que un videojuego no ha llegado a comercializarse o localizarse en un mercado concreto debido a su contenido. La prohibición o modificación de un videojuego suele deberse principalmente a razones legales, pero dichos motivos también pueden asociarse a su vez a la dimensión cultural de un determinado país. Por ejemplo, en Estados Unidos se observa una mayor limitación o suavización del contenido sexual, mientras que en Japón se limitan o incluso se llegan a prohibir las representaciones de violencia más explícitas, sobre todo en videojuegos de gran realismo.

Por otro lado, en ocasiones no es el contenido del videojuego el que sufre cambios, sino las carátulas. Este es un caso muy común en el territorio japonés. La razón principal radica en que los localizadores saben que las ilustraciones son elementos traductológicos. Por lo tanto, estas representaciones se considerarán más comunes o apelativas en una cultura

¹⁹ Toda la información relativa al sistema CERO se ha extraído de su página oficial: <https://www.cero.gr.jp/en/publics/index/17/>

y, en otra diferente, menos o incluso ofensivas, en determinados casos. Por este motivo, las carátulas son un elemento clave a la hora de lograr una mayor identificación con el público meta de un determinado territorio. En las páginas siguientes observamos ejemplos de este tipo de transcreación.

2.3 Suavización de contenido en los videojuegos

Aportamos a continuación una serie de ejemplos relacionados con la modificación de contenidos en videojuegos comercializados para distintos mercados. Los videojuegos que presentan mayores cambios suelen ser los creados en Estados Unidos y comercializados en los territorios europeo y japonés, y los creados en Japón y comercializados en Occidente y en el propio territorio nipón. Generalmente, todos los retoques de esta índole acaban siendo tachados de censura por los consumidores. Si bien en este trabajo no abordamos este concepto, sí consideramos relevante tener en cuenta por qué se han realizado unas modificaciones determinadas en la creación y localización de un videojuego. Recordemos que cada cultura es diferente, y lo que en un país europeo como el nuestro se considera “aceptable” puede resultar totalmente inadmisible en otro tan diferente como Japón.

- **Suavización de contenido violento**

La suavización o eliminación total del contenido violento presente en un videojuego es una estrategia que se emplea desde hace mucho tiempo, tal y como sucede en películas o series de televisión de similar índole. Tanto en Occidente como en Japón se realiza este tipo de cambio, si bien la manera de llevarlo a cabo varía en los distintos territorios o países. Por ejemplo, el videojuego estadounidense *The Last Of Us* (2013) llegó a Europa y Japón con diversas modificaciones. En nuestro continente, debido a una ley proveniente de Alemania, el componente *online* o multijugador se modificó para que los jugadores no pudiesen visualizar desmembramientos. Sin embargo, su modo *un jugador* no sufrió ningún tipo de cambio. Por otro lado, en la versión japonesa no es posible desmembrar cuerpos tanto en el modo *un jugador* como en el *online*, y una escena cinemática que contenía un desmembramiento explícito se modificó mediante un cambio de plano para así no mostrarlo.²⁰

²⁰ Información sobre el contenido modificado de *The Last Of Us* disponible en esta página web: <https://www.eurogamer.net/articles/2013-08-05-naughty-dog-confirms-european-version-of-the-last-of-us-censored> y en este vídeo: <https://www.youtube.com/watch?v=HTGGYwpDJwQ>

En el caso de los videojuegos creados en Japón, en numerosas ocasiones se lleva a cabo una estrategia más que curiosa a la hora de suavizar su contenido: algunas veces el videojuego se modifica en su versión nipona, pero en la occidental se muestra el contenido sin ningún tipo de retoque. Por ejemplo, existen sagas de videojuegos del género *Survival Horror* (supervivencia con elementos de terror) con un alto contenido violento explícito que ven suavizada su violencia en la versión original japonesa. Sin embargo, cuando llegan a Europa y Estados Unidos no se aprecian modificaciones de ningún tipo.

Cabe destacar también que en Japón presenta una gran importancia el concepto de la “moralidad”, por lo que mostrar contenidos excesivamente violentos o sexuales puede considerarse una vulneración. Como ya se ha podido observar en el caso de *The Last Of Us*, las estrategias que se emplean en este país para implementar estas modificaciones son: cambios de plano, eliminación de escenas, fundidos a negro o diferencias visuales cromáticas a la hora de mostrar sangre.

Asimismo, otra práctica también común es la comercialización de dos versiones del mismo videojuego: su versión CERO D (recordemos, el equivalente a +17 años) y su versión CERO Z (+18 años, solo a la venta para adultos). Por ejemplo, en el caso de la saga *Resident Evil*, sus últimas entregas tres entregas: *Resident Evil 7* (2017), *Resident Evil 2 Remake* (2019) y *Resident Evil 3 Remake* (2020) disponen cada una de sus respectivas ediciones CERO D y Z (Anexos, Figura 17). En el caso de *Resident Evil 7*, esta última versión se denominó グロテスク version (transcripción: “Gurotesuku”, *Grotesque*, grotesco), para así indicar que su contenido es más sangriento y explícito.²¹ Sin embargo, existen situaciones en las que incluso esta versión “íntegra” sufre modificaciones.

Este fue el caso de *The Evil Within* (2014), cuyo nombre original en japonés es サイコブレイク (transcripción: “Saiko Bureiku”, *Psycho Break*). En Japón se distribuyó una única versión CERO D del videojuego con muestras menores de sangre, de desmembramientos y fundidos a negro en escenas de muerte del jugador explícitas. Dicho esto, poco después de su salida a la venta se publicó un contenido descargable llamado *Gore Mode* (“Modo sangriento”), exclusivo de Japón y que equivalía a la versión Z del

²¹ Información extra relacionada con esta versión Z del videojuego *Resident Evil 7* en este artículo web: <https://stevivor.com/news/resident-evil-7-grotesque-version-cero-z-rated-version-made-japan/>

videojuego, con un contenido más violento. Si se compara esta última versión con la Occidental, se observará que en efecto es más violenta que la CERO D, pero sigue sin mostrar desmembramientos y otros contenidos explícitos similares (Anexos, Figura 18). Recordemos de nuevo el concepto japonés de la moralidad y el hecho de que a los videojuegos con clasificación CERO D se les ofrece una mayor publicidad, mientras que con los CERO Z no ocurre lo mismo²².

- **Suavización del contenido sexual**

En lo que respecta al contenido sexual, en las siguientes líneas descubrimos que, de nuevo, tanto en Occidente como en Japón se llevan a cabo modificaciones similares. Dicho lo anterior, los territorios occidentales se caracterizan por ser un poco más permisivos que Japón con el contenido de este tipo. Normalmente, en todo videojuego se permite la inclusión de cierto componente erótico, ya que son numerosas las ocasiones en las que se emplea como *fanservice*²³. Esto es, un tipo de contenido extra añadido al producto para apelar más a los usuarios, pero que no afecta a la trama o desarrollo del mismo. El *fanservice* de tipo erótico es un recurso muy empleado en Japón, ya sea en series *anime* (de animación), videojuegos, etc. Sin embargo, ha habido ocasiones en las que este contenido ha llegado a ser muy explícito y, ya sea porque así lo decidiese la empresa desarrolladora de la consola o alguna política similar, se ha decidido suavizarlo o eliminarlo por completo (Anexos, Figura 19).

Por ejemplo, en el caso de Occidente, el videojuego *Watch Dogs 2* (2016) recibió un parche para suavizar su contenido sexual. Se llevó a cabo esta medida porque un usuario compartió en Twitter una captura de pantalla en la que se observaban los genitales de un personaje no jugable (NPC, *Non Playable Character*). Asimismo, el jugador fue testigo de cómo su cuenta de *PlayStation Network* acabó siendo bloqueada, ya que Sony no permite que se comparta ningún tipo de contenido sexual explícito procedente de un videojuego comercializado por la compañía²⁴.

²² Información y diferencias entre el contenido del *Gore Mode* y la versión CERO D de *Psycho Break*, disponibles en esta página web: <https://www.siliconera.com/even-with-gore-mode-dlc-the-evil-within-is-toned-down-in-japan/>

²³ Una breve definición y descripciones de los distintos tipos de *fanservice* pueden encontrarse en esta página web: <https://www.giantbomb.com/fan-service/3015-4654/>

²⁴ Información extra acerca de este suceso disponible en la siguiente página: <https://www.pocket-lint.com/games/news/ubisoft/139492-watch-dogs-2-contains-sexually-explicit-full-frontal-nudity-ubisoft-promises-patch>

Por otro lado, un caso similar fue el del videojuego *Beyond: Two Souls* (2013) al comparar su versión europea con la estadounidense. Un gran número de páginas especializadas en videojuegos afirmaron que para su comercialización europea se debieron modificar unos 10 segundos de una escena concreta. De esta manera, su calificación PEGI no subió a 18 y se mantuvo en PEGI 16. La razón por la que se implementó este cambio fue la siguiente, según afirmó un empleado de Sony Europa: “...se pretendió llegar al mayor público posible.”²⁵

Sin embargo, se pueden encontrar también otras noticias o foros relacionados con este videojuego en los que se afirma que ambas versiones cuentan con modificaciones de su contenido violento y sexual: la versión estadounidense se caracteriza únicamente por una ligera modificación de carácter sexual en una serie de escenas de un único capítulo que presentan una desnudez frontal parcial de la protagonista²⁶. En el caso de la europea, observamos la misma modificación anterior, así como la suavización de un contenido violento explícito presente en dos secuencias de dos capítulos del videojuego.²⁷

En el caso del país nipón, recordemos que el contenido de tipo erótico se caracteriza por ser común en sus videojuegos, especialmente en aquellos de estética *anime*, ya que este género audiovisual es muy popular en Japón. Por ello, al consumir videojuegos creados en este territorio, en numerosas ocasiones encontramos personajes, mayoritariamente femeninos, de proporciones voluptuosas. No olvidemos tampoco el hecho de que esta característica se incluye dentro del apartado *fanservice* del videojuego. Esto significa que es un contenido ya normalizado, por lo que *a priori* no se modifica ningún rasgo perteneciente a estos personajes en las versiones originales.

Sin embargo, como ya hemos observado en las anteriores líneas, en ocasiones este contenido erótico se ha visto atenuado. El motivo radica en que dicho erotismo, llegue a mostrar o no desnudos parciales o completos, provoca que la clasificación por edades del videojuego sea susceptible de ascender. Este detalle, recordemos, puede perjudicar sus

²⁵ Noticia en la que se afirma la calificación PEGI 16 de *Beyond: Two Souls*: <https://www.eurogamer.net/articles/2013-10-01-sony-confirms-beyond-censored-in-europe>

²⁶ Foro de Internet en el que los usuarios comparten información general sobre el videojuego y su suavización del contenido sexual y violento: <https://sceuncut.tumblr.com/post/62430932818/beyond-two-souls-october-2013-censored-in-the>

²⁷ En la siguiente página se ofrece información e imágenes sobre el contenido suavizado del videojuego: <https://www.movie-censorship.com/report.php?ID=892274>

ventas en determinados territorios. Entre los numerosos ejemplos de este tipo, destacamos los siguientes:

Una escena atenuada en EE. UU. del videojuego de lucha *Tekken 3* (1997), en la que se le desabrochaba el bañador al personaje de Anna. La versión original japonesa no sufrió cambios. Otro ejemplo similar es el que encontramos en *Fire Emblem Fates* (2015), videojuego de rol táctico. En él se incluyó como vestimenta una serie de bañadores femeninos, los cuales no estuvieron disponibles en la versión occidental. Curiosamente, en esta última sí se mantuvo una toalla de baño que mejoraba los atributos de dichos personajes²⁸.

Por otro lado, una característica muy común de los videojuegos japoneses y estrechamente relacionada con el caso anterior es la inclusión de personajes femeninos sexualizados menores de 18 años. Por ejemplo, la versión occidental del videojuego RPG *Xenoblade Chronicles X* (2015) no incluyó un bikini con el que personalizar a la luchadora Lin, de 13 años. Asimismo, se eliminó una opción que permitía al jugador ajustar el tamaño de los pechos de los personajes femeninos creados.

En el caso del juego de rol *Bravely Default* (2012, Japón), su versión localizada estadounidense de 2014 presentó diferencias que afectaban a los trajes de los personajes femeninos, así como a las edades de estos personajes: los trajes fueron menos reveladores y se aumentaron las edades de los personajes de 13 o 15 años a 18. Por último, destaca el caso del videojuego *Senran Kagura*, cuya temática se resume en peleas entre chicas ninja en las que su ropa acaba rompiéndose durante las batallas²⁹. En la entrega *Senran Kagura Burst Re:Newal* (2018), Sony decidió eliminar completamente en su consola PlayStation 4 un modo de juego denominado *Intimacy Mode*³⁰. En este modo los jugadores son capaces de intimar con las protagonistas, también menores de edad.

²⁸ En el siguiente artículo de la revista Vandal se pueden observar las versiones originales y atenuadas de ambos videojuegos: <https://vandal.elespanol.com/reportaje/grandes-juegos-que-jugamos-censurados>

²⁹ Datos acerca de la atenuación de contenido sexual en *Bravely Default*, *Xenoblade Chronicles X* y *Senran Kagura Burst Re:Newal* disponibles en el siguiente enlace: <https://kotaku.com/from-japan-with-changes-the-endless-debate-over-video-1747960323>

³⁰ Noticia acerca de la eliminación del *Intimacy Mode* en PS4: <https://www.eurogamer.net/articles/2018-10-13-senran-kagura-game-delayed-on-ps4-after-sony-forced-removal-of-intimacy-mode>

2.4 Modificación de las carátulas de videojuegos

A continuación, estudiamos de manera concisa una característica más que curiosa relacionada con los videojuegos comercializados en Japón: su cambio en el diseño o imagen de las carátulas. Si bien no se trata más que de una diferencia visual, las modificaciones que observamos a continuación se han realizado para así apelar más a un público oriental. Recordemos que este es un aspecto más que relevante a la hora de vender cualquier producto.

Por ejemplo, los personajes de PlayStation Ratchet y Crash Bandicoot experimentaron modificaciones generales en su aspecto para así aportarles una estética más *anime*: se les aumentó el tamaño de sus ojos y se modificó su fisonomía para que así se pudiesen más a un dibujo animado japonés. Asimismo, los videojuegos occidentales de acción o con un mayor enfoque en la violencia también suelen modificarse para así adecuarse y empatizar más con el público y cultura japoneses. Este es el caso de, por ejemplo, los videojuegos *Uncharted 2: el reino de los ladrones* (2009) y *Kane & Lynch: Dead Men* (2007).

En la carátula occidental del primero, el protagonista, Nathan Drake, se aferra de manera desesperada a un tren que acaba de descarrilar. Sin embargo, en la versión japonesa no se apuesta por mostrar un momento de tensión, sino más bien por un tono más puramente aventurero, también inherente en el juego: en la carátula nipona, los protagonistas de esta entrega aparecen en la parte superior, y el villano principal y sus secuaces en la inferior, para así contrastar con los primeros (Anexos, Figura 20). En el caso del segundo videojuego, en la versión occidental se resalta la violencia que presenta mediante la fusión de la pistola y el rifle con los personajes. En el caso de la versión japonesa, se apuesta únicamente por un primer plano de las caras de los dos protagonistas, que ocupan toda la carátula³¹.

2.5 Modificación de los subtítulos en sagas de videojuegos

Para terminar con este apartado, abordamos en los siguientes párrafos otro aspecto más que curioso a nivel traductológico que podemos apreciar en los videojuegos occidentales localizados en Japón. Hablamos de la reformulación de los subtítulos en las distintas entregas de una saga de videojuegos.

³¹ Comparativa entre carátulas occidentales y japonesas:
<https://www.hobbyconsolas.com/reportajes/caratulas-videojuegos-iv-usa-eur-jap-45470>
<https://www.vidaextra.com/otros/comparativa-caratulas-dentro-y-fuera-de-japon>

Por ejemplo, en la ya mencionada saga *Uncharted*, el tercer juego tiene como subtítulo original *Drake's Deception* (2011), que en español se tradujo como “La traición de Drake”. Como se puede apreciar, se apostó por la literalidad en nuestro idioma. En japonés, sin embargo, se recurrió a una propuesta un tanto más poética. Su título y subtítulo son: アンチャーテッド 砂漠に眠るアトランティス (transcripción: “Anchaateddo Sabaku ni Nemuru Atorantisu”), cuya traducción sería, literalmente: *Uncharted: La Atlantis que duerme en el desierto*. Curiosamente, este subtítulo nipón revela una parte del argumento del videojuego de manera directa, mientras que con el original solo se aporta una pequeña información de la trama que se desarrolla a medida que avanzamos en la narrativa.

Otro caso similar es el de *Ratchet & Clank: el tamaño importa* (2007), cuyo título original es *Ratchet & Clank: Size Matters*. Como ocurriese con *Uncharted*, la traducción en castellano apuesta por la literalidad. En el caso del país nipón, se tradujo el videojuego de esta manera: ラチェット&クラंक 5 激突! ドデカ銀河のミリミリ軍団 (transcripción: Rachetto & Kuranku 5: Gekitotsu! Dodeka Ginga no MiriMiri Gundan). Su traducción sería, de manera literal: *Ratchet and Clank 5: ¡Batalla! El ejército milimétrico de la galaxia gigantesca*. Resulta más que curioso observar cómo en la traducción al japonés se apuesta por el uso de dos adjetivos antónimos para así reflejar el *Size Matters* original. En este videojuego, el protagonista, Ratchet, debe enfrentarse en un momento dado a unos autómatas que se introducen en el cuerpo robótico de su compañero, Clank. Para lograr vencerlos, Ratchet reduce su tamaño y lucha contra los robots que han invadido el sistema de su amigo. Por otro lado, esta saga de videojuegos se caracteriza por estar ambientada en diversas galaxias, cada una con un número considerable de planetas que visitar. De ahí la inclusión de la referencia a una “galaxia gigantesca” en el subtítulo japonés.

Como último ejemplo, hablemos de una saga de videojuegos cuya última entrega ha salido al mercado el pasado mes de marzo: el conocido en Occidente como *Animal Crossing: New Horizons* (2020). Las traducciones y nombres originales de cada entrega de este simulador de vida real son particularmente peculiares. En primer lugar, centrémonos en el título y su relación con lo que ofrece el juego en sí. En *Animal Crossing* creamos a un habitante de una ciudad, la cual se ha construido en una isla. Todos los demás habitantes de la isla son animales y realizan todo tipo de tareas cotidianas: riegan

plantas, ahorran dinero para comprar muebles, recolectan todo tipo de objetos, se mandan correspondencia, etc. El jugador es el único humano, y puede interactuar y reforzar su relación con ellos, regalarles todo tipo de objetos o participar en eventos especiales, entre otras posibilidades.

Todo lo explicado en el párrafo anterior se simplifica en el título, “El cruce de los animales”, si bien en los idiomas FIGS no se ha traducido el nombre oficial en inglés. En el caso del título original japonés, este es: どうぶつの森 (transcripción: “Doubutsu no Mori), literalmente, “El bosque de los animales”. Asimismo, cabe destacar que varias de las entregas presentan un subtítulo en japonés que también se ha modificado en Occidente. Nos centramos a continuación en tres juegos, los llamados en los territorios europeo y americano *Animal Crossing: Wild World* (2005), *New Leaf* (2012) y, el más reciente, *New Horizons* (2020).

Los tres subtítulos guardan una relación estrecha tanto con el propio concepto general del videojuego como con el mundo en el que se ambienta y en el que convivimos con los demás animales. En japonés, estos tres juegos presentan los siguientes subtítulos: おいでよ (oide yo), とびだせ (tobidase) y あつまれ (atsumare). Estas tres palabras son formas verbales en japonés con un fuerte componente apelativo. Respectivamente, su traducción literal sería: “Quédate con nosotros” (en el “Bosque de los animales”); “Echa a volar” (referencia a las funciones inalámbricas del videojuego, según el ya fallecido presidente de Nintendo Satoru Iwata³²) y, por último, “Reuníos”. Según un usuario de *Reddit*, este último subtítulo es una referencia al incentivo de jugar con otros jugadores en línea y a la nueva posibilidad de recolectar objetos para fabricar otros nuevos en esta última entrega³³.

³² Explicación de este subtítulo extraída de la siguiente página web: http://www.nintendolife.com/news/2012/04/animal_crossing_tobidase_reaches_japan_this_fall

³³ Traducción en el foro de *Reddit* con la explicación de la traducción del subtítulo disponible aquí: https://www.reddit.com/r/ac_newhorizons/comments/ca06no/was_curious_about_the_japanese_title_its_atsumare/

Todos los apartados y explicaciones anteriores han mostrado ejemplos claros de distintos tipos de localización y transcreación a la hora de traducir o modificar el contenido de un videojuego. Como se ha podido observar, en los tiempos de globalización actuales no solo se debe tener en cuenta el público al que va dirigido el videojuego, sino también la cultura meta. Un contenido determinado, sea del tipo que sea y transmitido de manera oral, escrita, etc. puede que no afecte de ninguna manera a un tipo de público meta concreto. Sin embargo, también cabe la posibilidad de que “esa delgada línea” acabe traspasándose en una cultura muy diferente. Cuando ocurre esto último, y tanto los usuarios como las ventas de un videojuego pueden verse afectados por ello, se llevarán a cabo medidas similares o iguales a las explicadas en las páginas anteriores. En resumen, el factor cultura convierte la labor de localización del videojuego en una aún más compleja. No solo se presta atención a cómo se transmite lo que se dice, sino también a lo que se visualiza, ya que debe evaluarse de qué manera y hasta qué punto puede presentarse un contenido concreto.

3. Caso concreto. Dragon Quest VIII: el periplo del Rey Maldito

3.1 Metodología empleada

En el siguiente apartado del trabajo se analiza la labor de localización y las estrategias empleadas por los traductores de un videojuego desarrollado en Japón y comercializado en los territorios nipón, europeo y americano. Hablamos de la octava entrega numerada de la saga de videojuegos de rol *Dragon Quest*. En España se comercializó con el nombre y subtítulo *Dragon Quest VIII: el periplo del Rey Maldito*. A continuación, ofrecemos la siguiente información acerca de esta saga de videojuegos: equipo de desarrollo de la obra, mecánicas de juego, novedades implementadas en la entrega analizada, características de su localización y estrategias empleadas, curiosidades y modificaciones presentes en las distintas versiones del videojuego.

Con todo, el objetivo principal de este análisis es condensar en un único videojuego todos los contenidos teóricos explicados en las páginas anteriores. De esta manera mostramos la importancia de la localización de videojuegos nipones en territorios occidentales, así como el efecto que provocan unas determinadas estrategias de transcreación en el público o cultura a la que se traduce. Se descubre de esta manera la importancia que tiene la creatividad como una herramienta esencial del proceso de localización y cómo su uso no solo transforma, sino que también mejora la calidad general de la traducción de un videojuego.

3.2 Análisis de la localización y transcreación del videojuego. La traducción de *Dragon Quest VIII* (PlayStation 2)³⁴

- Información general de la saga

El primer juego de la saga *Dragon Quest* salió al mercado en el año 1986 bajo el título de ドラゴンクエスト (transcripción: “Doragon Kuesto”, es decir, la pronunciación japonesa de las dos palabras inglesas) para las consolas MSX y Famicom, nombre que recibió en Japón la consola conocida en Europa como NES. Este primer juego contó como compañía desarrolladora a Chunsoft, empresa que en 2012 se fusionó con Spike y, por ende, ambas pasaron a denominarse Spike Chunsoft. Chunsoft fue la compañía que

³⁴ Toda la información relativa al videojuego (historia, aspectos técnicos, personajes, localizaciones, curiosidades, etc.) se ha extraído de las páginas Wiki del *fandom* en idiomas español e inglés (https://dragonquest.fandom.com/es/wiki/Dragon_Quest_Wiki y https://dragonquest.fandom.com/wiki/Dragon_Quest_Wiki).

desarrolló las primeras cinco entregas numeradas de esta saga. En Japón, la compañía que publicó el videojuego fue Enix, la cual se fusionó en 2003 con la empresa Squaresoft. Esta unión dio lugar a la actual desarrolladora Square-Enix. Cabe destacar que las empresas anteriores se caracterizaron y caracterizan actualmente por publicar videojuegos del género RPG muy populares entre la comunidad de jugadores nipona y occidental.

En lo que respecta a la comercialización en Occidente de este primer videojuego de la saga, Nintendo se encargó de localizarlo al inglés y distribuirlo en el territorio norteamericano en 1989. Su título, sin embargo, cambió a *Dragon Warrior* para así evitar un posible conflicto de derechos de autor con un juego de mesa de rol llamado, curiosamente, *DragonQuest*. La empresa que comercializó el juego de mesa en Norteamérica cerró en 1983, por lo que a partir de 2005 el videojuego nipón pasó a denominarse *Dragon Quest* con la salida de su octava entrega numerada.

El éxito del primer juego fue más que notable, con un total de aproximadamente 2 millones de unidades vendidas para la consola NES en los territorios japonés y norteamericano. Un éxito que sigue presente en la actualidad, con más de 50 juegos³⁵ creados y desarrollados para multitud de dispositivos comercializados desde los tiempos de la tercera generación de consolas (1985). Es decir, estamos hablando de una saga cuya popularidad se ha mantenido durante prácticamente 35 años. Cabe destacar también el hecho de que *Dragon Quest* fue la principal fuente de inspiración para el diseñador de videojuegos Hironobu Sakaguchi. Sakaguchi publicó en 1986 lo que según él sería “su última obra de fantasía”, con la compañía Squaresoft al borde de la bancarrota. Esta “última obra fantástica” con elementos de rol, *Final Fantasy*, no solo fue todo un éxito en 1987, sino que también se convirtió y es la franquicia baluarte de Square-Enix a día de hoy.

En lo que respecta al equipo de desarrolladores, destacan de entre todos ellos tres personalidades en concreto: Yuuji Horii, diseñador de videojuegos y creador de las sagas *Dragon Quest* y *Fortune Street* (nombre original japonés: いただきストリート; transcripción: “Itadaki Sutoriito”). También destacó por ser el diseñador y uno de los escritores de *Chrono Trigger* (nombre original japonés: クロノ・トリガー;

³⁵ Información sobre los videojuegos publicados de esta saga disponible en las siguientes páginas: <https://www.zonared.com/juegos/sagas/dragon-quest/> y <https://vandal.elespanol.com/sagas/dragon-quest>

transcripción: “Kurono Torigaa”). *Chrono Trigger* fue un juego muy aclamado por la crítica y considerado como uno revolucionario debido a su implementación de múltiples finales, su sistema de batalla y el desarrollo de los personajes. Por otro lado, destaca Akira Toriyama, artista e ilustrador de los personajes y monstruos (enemigos) de los videojuegos de la saga. Toriyama es también un autor muy conocido en el mundo del *manga* y *anime* por ser el creador de *Dragon Ball*, obra a la que también ha dedicado numerosos años de su vida. En el videojuego que nos concierne, Horii propone y establece los diseños originales de los personajes, pero Toriyama es el encargado principal de dibujarlos. La última personalidad destacada de todo el equipo de desarrollo es Kouichi Sugiyama, compositor de la banda sonora de los videojuegos de *Dragon Quest*. Además, se le considera como uno de los compositores más importantes de toda la historia de los videojuegos, junto a otras personalidades niponas como Nobuo Uematsu (saga *Final Fantasy*) o Kouji Kondou (Saga *Super Mario Bros.* y *The Legend of Zelda*).

- **Características de la jugabilidad del videojuego**

En lo que respecta a la jugabilidad que ofrece el videojuego, *Dragon Quest* se enmarca en el género RPG por turnos. Es decir, cuando comienza una batalla, el jugador debe decidir qué acciones realizarán sus personajes para así salir victoriosos. Por otro lado, a medida que el jugador avance en la partida, los personajes principales mejorarán sus atributos: aprenderán diversos tipos de magias ofensivas y defensivas, así como habilidades variadas que harán que los combates se vuelvan cada vez más estratégicos. Este aumento de dificultad se observará sobre todo en las luchas contra jefes, enemigos más poderosos que los monstruos comunes. Un detalle que resaltamos de las batallas es que, a partir de la publicación de *Dragon Quest VIII*, los combates empezaron a disputarse con una vista en tercera persona. En las anteriores entregas se batallaba en primera persona, es decir, no era posible ver a los protagonistas en las secuencias de batalla. Si nuestros personajes se alzan con la victoria, obtendrán puntos de experiencia, que les permitirán subir de nivel, y monedas de oro, con las que podrán comprar objetos de todo tipo en las tiendas del mundo. En el caso de *Dragon Quest VIII*, también existe la posibilidad de que los monstruos dejen caer cofres, en los que se encuentran normalmente objetos curativos, piezas de equipamiento o materiales de fabricación.

En cuanto a la ambientación, la saga se caracteriza por un tono general alegre y aventurero, muy típico de las series *anime* para jóvenes adolescentes. Sus localizaciones son de tipo medieval, sin signos presentes de grandes avances tecnológicos salvo la alquimia y la magia. Una característica común de toda ubicación que se visita es que está repleta de personajes no controlables con los que interactuar. Estos aportan detalles al jugador sobre el mundo, los acontecimientos que ocurren en la historia del juego u ofrecen objetos de todo tipo que pueden comprarse en tiendas. En lo que respecta a la movilidad, en *Dragon Quest VIII* no se emplea ningún tipo de medio de transporte hasta avanzar unas cuantas horas en la aventura. Primero, se desbloquea un barco para poder acceder a otras islas del mundo. Después, se amaestra un dientes de sable para cabalgar a lomos de él. Por último, mediante un silbato mágico nos convertimos en un ave para sobrevolar el mundo y acceder a zonas en un principio inalcanzables, como colinas, cimas de montañas, etc.

Por otro lado, destaca la inclusión de misiones secundarias y de minijuegos, que amplían la experiencia de juego, el número de horas invertidas y que ofrecen un elemento de *desconexión* de la historia principal. Dos de los minijuegos más destacables de esta saga son: por un lado, la colección de “minimedallas”, pequeñas monedas doradas esparcidas por todo el mundo del videojuego y con las que podemos conseguir recompensas únicas. Cuantas más “minimedallas” consigamos, más valiosos serán los objetos por los que las canjeemos. Por otro lado, tenemos los casinos, en los que canjeamos monedas de oro por fichas para jugar a las máquinas tragaperras, la ruleta rusa, el bingo, etc. Además, si tenemos suerte y conseguimos ganar en estos juegos de azar, podremos canjear las fichas que obtengamos por equipamiento único y muy poderoso para nuestros personajes.

- **Dragon Quest VIII**

Dragon Quest VIII, cuyo subtítulo en inglés es *Journey of the Cursed King* en el territorio americano y *The Journey of the Cursed King* en el europeo, fue comercializado para la consola PlayStation 2 el 12 de abril de 2006 en zonas PAL (Anexos, Figura 21). En territorio nipón salió a la venta con este título y subtítulo: ドラゴンクエストVIII 空と海と大地と呪われし姫君 (transcripción: “Doragon Kuesto VIII Sora to Umi to Daichi to Norowareshi Himegimi”, lit. “Dragon Quest VIII: El cielo, el mar, la tierra y la princesa maldita”) el día 27 de noviembre de 2004. Es decir, estamos ante un juego que llegó localizado a Europa casi un año y medio después de su publicación original en Japón. Además, cabe destacar que en ambos subtítulos se hace referencia a la maldición que

sufren los dos personajes a partir de los que se desarrolla la historia del videojuego: el rey (Occidente) y su hija, la princesa (Japón). Asimismo, en el subtítulo en japonés se mencionan tres elementos: el cielo, el mar y la tierra. Esta puede ser una referencia a las maneras de desplazarse por el mundo que ofrece este juego de la saga: a pie o a lomos de un animal, en barco y por el aire mediante un silbato mágico. La compañía desarrolladora de esta octava entrega numerada fue Level-5, y Square-Enix se encargó de publicarla y distribuirla.

En lo que respecta a la parte frontal de las carátulas nipona y europea, no se aprecia ninguna diferencia visual en ellas, salvo en el idioma del subtítulo. Con respecto a su clasificación por edades, en Europa se calificó como PEGI 12, en América, como T, *Teen*, y en Japón, como CERO A. Es curioso comprobar cómo en Japón esta calificación equivaldría a un máximo de PEGI 7 o E, *Everyone* +10 en el ESRB, ya que los juegos recomendados para mayores de 12 años en Japón son los pertenecientes a CERO B. Por otro lado, cabe destacar que el 27 de agosto de 2015 en Japón y el 20 de enero de 2017 en América y Europa se lanzó al mercado una versión mejorada y más completa del juego original de PlayStation 2. Dicha versión es exclusiva de la consola Nintendo 3DS (Anexos, Figura 22). En ella se añadieron dos personajes jugables extra, dos nuevas mazmorras, modificaciones jugables varias y un nuevo final, entre otras novedades.

Entre las características innovadoras presentes en esta octava entrega del videojuego, destacamos: la inclusión de mayores componentes en 3D, como la vista del mapa y los combates en 3ª persona, la posibilidad de cambiar el aspecto de los personajes, la habilidad de domesticar monstruos y mandarles que luchen durante las batallas, o el sistema de tensión. Este último permite aumentar el daño de un único ataque o conjuro de un personaje o monstruo. El nivel de tensión puede aumentarse hasta en cuatro ocasiones, si bien al intentar pasar del tercer al cuarto nivel existe la posibilidad de fallar y mantenerse en dicho tercer nivel. Un detalle curioso que puede observarse en el nivel de tensión “superalto” o máximo del “Héroe” (protagonista) es que su aspecto visual también cambia: su bandana desaparece y su pelo queda suelto, con un estilo parecido al de los *Super Saiyan* de *Dragon Ball* (Anexos, Figura 23). Recordemos el detalle de que Akira Toriyama fue quien ilustró a los personajes y monstruos.

En lo que respecta a la historia, esta comienza con un recuerdo del pasado, en el que el malvado bufón Dhoulmagus roba el cetro mágico del castillo de Trodain. Este hecho desata una maldición en todo el lugar que transforma al rey, Trode, en sapo y a su hija,

Medea, en yegua. El deber del Héroe es derrotar a Dhoulmagus y romper la maldición que sufren el rey y la princesa. A lo largo de la aventura, nuestro protagonista conoce nuevos amigos que se unen a su causa, desvela todo tipo de secretos sobre su pasado y descubre que debe enfrentarse a un mal mayor que el que presenta Dhoulmagus.

3.3 Aspectos de la localización occidental de *Dragon Quest VIII*

Para analizar este videojuego, ofrecemos en los siguientes párrafos una comparativa de los distintos elementos presentes en el producto: personajes, ubicaciones, contenido atenuado en la versión de Nintendo 3DS, usos de transcreación, etc. Con todo, el objetivo principal de dichas comparaciones es observar las distintas estrategias de traducción empleadas en la localización occidental del videojuego. De esta manera pretendemos reflejar todos los aspectos teóricos estudiados en los apartados anteriores mediante el análisis de un videojuego real. Las comparaciones se acompañan de ejemplos y explicaciones, así como de imágenes y de dos tablas que pueden consultarse en los Anexos del presente trabajo. A continuación, comencemos con la localización de los personajes principales de esta entrega, así como de aquellos en cuyo nombre se aprecian rasgos claros de transcreación:

- **Localización de los nombres de los personajes**

En *Dragon Quest VIII* controlamos al ya mencionado “Héroe”, un personaje diseñado de manera predeterminada, pero al que podemos ponerle el nombre que queramos. Se caracteriza por no hablar durante toda la aventura y solo ser capaz de decir “Sí” o “No” en algunos diálogos, decisión que también toma el jugador. En japonés se le llama 主人公, “shujinkou”, literalmente, “protagonista”. El Héroe va acompañado de los personajes Trode y Medea, convertidos en sapo y yegua por la maldición de Dhoulmagus, y de su gran amigo Yangus. Trode y Yangus son las transcripciones en inglés de los originales ヤングス (“Yangasu”) y トロデ (“Torode”). Por otro lado, la princesa Medea, cuyo nombre proviene del griego y se traduce como “Astuta”³⁶, se llama ミーティア (“Miitia”) en la versión nipona, pronunciación japonesa de la palabra inglesa *meteor*, “meteor”. Resulta curioso ver cómo se apostó por un nombre griego en Occidente, y por

³⁶ Información etimológica de “Medea” disponible en: <http://etimologias.dechile.net/?Medea>

la pronunciación nipona de una palabra inglesa relacionada con la astronomía en el original japonés.

Más adelante, el Héroe conoce al resto de los personajes controlables: Jessica Albert y Angelo. En el caso de la primera, su nombre en inglés proviene de su transcripción en japonés: ゼシカ・アルバート (“Zeshika Arubaato”). Con Angelo, sin embargo, sí observamos una diferencia notable. Su nombre original es ククール, “Kukuuru”, transcripción de la pronunciación de “Kukule”. La única información relativa a esta palabra la hemos encontrado en la página de un diccionario hawaiano online. En ella, se especifica que “kukule” puede significar tanto “imbécil”, “poco dispuesto a moverse”, “pesimista”, como “flor bella”, “apertura de una flor”.³⁷ Estas traducciones anteriores describen a la perfección la personalidad y aspecto de Angelo: un templario con carisma, atractivo pero consentido, que vive la vida de manera despreocupada y siempre centrado en los placeres mundanos. Además, Angelo destaca por tener un lado pesimista, el cual se asocia de manera directa con una de las traducciones del hawaiano anteriores.

Por otro lado, cabe destacar que en la versión de Nintendo 3DS se añaden otros dos personajes jugables que en PlayStation 2 forman parte del elenco de personajes secundarios. Estos son Morrie y Rubí (Anexos, Figura 24). El primero regenta una “arena de monstruos”, una especie de foso de gladiadores en el que el jugador puede competir con su propio equipo de monstruos domesticados. La segunda es una vieja amiga de Yangus cuyo propósito en la historia original es ofrecer una misión al Héroe para progresar en la aventura.

El nombre original de Morrie proviene de la transcripción de su pronunciación en japonés, モリー (“Morii”), por lo que en este aspecto no observamos nada más que destacar.

Dicho lo anterior, el diseño de este personaje sí presenta unas características más que peculiares: todos sus rasgos están relacionados con Italia. En la versión occidental, habla con un acento italiano y pronuncia palabras como *ragazzo* o *bimba*, su apellido es *Mozzarella* y su vestimenta presenta los tres colores de la bandera italiana: verde, blanco y rojo. Asimismo, Morrie se asemeja a un personaje perteneciente a la saga de *Dragon*

³⁷ Información sobre la posible etimología del nombre nipón de Angelo extraída de: <http://ulukau.org/elib/cgi-bin/library?e=d-0parker-000Sec--11haw-50-20-frameset-book--1-010escapewin&a=d&d=D0.7.104&toc=0>

Ball: Mr. Satán (ミスター・サタン, “Misutaa Satan”). Recordemos, de nuevo, la referencia anterior a los *Saiyan*, personajes también creados por Toriyama (Anexos, Figura 25).

En el caso de Rubí, tanto su nombre en la localización española como en la inglesa, *Red*, guardan relación con su vestimenta, caracterizada por su color rojo del tono de la piedra preciosa. En japonés, sin embargo, observamos que su nombre no guarda tanta relación con el color. Se llama ゲルダ (“Geruda”), la transcripción en japonés de la pronunciación de “Gerda”, nombre de origen teutón que significa “la que se encuentra bajo protección”³⁸. La relación del nombre “Gerda” con el personaje es más difusa, ya que su aparición en la versión de PlayStation 2 se reduce a una pequeña porción del juego, por lo que su desarrollo en la trama es mínimo. En lo que respecta a su personalidad, Rubí es una ladrona y pirata amiga de Yangus que valora enormemente la lealtad. Su función en la historia se relaciona con este rasgo, ya que para continuar la aventura el Héroe debe recuperar un objeto que Yangus fue incapaz de entregarle antes de su reencuentro.

Antes de abordar la traducción de varias ubicaciones presentes en el videojuego, destacamos en los siguientes párrafos el uso de la transcreación para ciertos nombres localizados en español e inglés. Al observar las comparaciones de traducción de los siguientes también comprobamos que la localización en español se ha realizado a partir de la inglesa, es decir, se ha llevado a cabo una traducción de tipo intermedia. Esta estrategia se emplea a menudo en nuestro país, sobre todo en videojuegos o series provenientes de Japón. Los ejemplos en cuestión son los siguientes:

Dodgy Dave, un comerciante del mercado negro de un pequeño pueblo llamado “Villahurto” (*Pickham* en la versión inglesa). En japonés se llama 闇商人 (“Yamishounin), “Contrabandista”. Como se puede observar, en japonés se apuesta por la literalidad absoluta. Por otro lado, en inglés no solo se aprecia una sonoridad con la letra “D”, sino que también se observa una pequeña referencia o juego de palabras entre el nombre del personaje y el del pueblo (*pick* significa “robar”). En la versión española, este personaje se llama “Timo Teo”, por lo que deducimos que se ha empleado la misma

³⁸ Información acerca del nombre “Gerda” extraída de esta página: https://www.misabueso.com/nombres/nombre_gerda.html

estrategia usada en la localización inglesa. Además, la traducción en español también incluye una broma extra añadida, ya que existe el nombre “Timoteo”, de origen bíblico.

Brains, otro viejo amigo de Yangus al que también conocemos en el pueblo de Villahurto. Su nombre en japonés es 情報屋 (“Jouhouya”), “Informante”. Tanto la función de este como la del anterior personaje se reduce a hablar con ambos para avanzar en la historia. *Brains* es un erudito, lleva anteojos, viste de manera elegante y vive en una pequeña casa oculta del pueblo. Su nombre en la versión española es “Enciclopedia”. Como se puede observar, en los tres idiomas se ha empleado el mismo juego de palabras para presentar y describir los rasgos del personaje.

Bangerz y *Mash*, dos niños con los que se encuentra el Héroe en Alexandría, la aldea natal de Jessica Albert. En japonés se llaman マルク y ポルク³⁹ (“Maruku” y “Poruku”). Si pasásemos esta pronunciación nipona a una inglesa, el resultado sería, salvo posible error, “Mark” y “Pork”. El primero es un nombre bastante común, mientras que la segunda palabra hace referencia a la carne de cerdo. Es muy probable que estos dos nombres no tengan relación entre sí, sino que simplemente se les llamase de esta manera por la musicalidad de su pronunciación en japonés. El nombre de estos dos personajes en la localización inglesa hace referencia a un plato británico, *bangers and mash*, una comida a base de salchichas servidas con puré de patatas. En español se decidió apostar por una estrategia similar, con un componente cómico añadido: se les llamó “Visi” y “Godo”.

Como último personaje, cabe destacar *Prince Charmles*, o チャゴス (“Chagosu”) en la versión japonesa. Como puede observarse, el juego de palabras en inglés se encuentra en la pronunciación prácticamente exacta de este personaje con el adjetivo *charmless* (“sin encanto”, “grosero”). Charmles es un personaje secundario que se caracteriza por ser cobarde, arrogante, caprichoso y manipulador. Su función se resume en encomendarles al Héroe y sus compañeros una misión: cazar a un monstruo determinado y conseguir su corazón, un objeto de gran valor. Dicho encargo debería cumplirlo Charmles, ya que así demostraría que es digno al trono de su reino. La traducción al español de este personaje es “Príncipe Fatuo”, un nombre que, aparte de formarse como en la localización inglesa, describe perfectamente cómo es su personalidad. En el caso del nombre original japonés,

³⁹ Los nombres en japonés de Timo Teo, Enciclopedia, Visi y Godo se han encontrado en la siguiente página web: <https://wikiwiki.jp/dqdic3rd/>

nos encontramos de nuevo ante un caso similar al de Gerda (Rubí), ya que no parece guardar mucha relación con los rasgos del personaje. “Chagosu” sería la pronunciación japonesa de “Chagos”, nombre de unas islas situadas en el océano Índico. Este archipiélago pertenece al Reino Unido, y actualmente existe una disputa entre las islas Mauricio y el país anterior por su soberanía⁴⁰. *A priori*, dicho litigio no presenta ninguna relación con el personaje, contrariamente a lo que observamos en las localizaciones en inglés y español.

- **Localización de las ubicaciones**

Al igual que en el apartado anterior, en este se recoge una serie de ubicaciones presentes en el videojuego cuya localización en español y en inglés presenta rasgos típicos de transcreación. Las localizaciones elegidas son las siguientes:

Farebury, llamada トラペッタ (“Torapetta”, transcripción de “Trapetta”) en la versión japonesa original. Es la primera localización del videojuego. En español tiene como nombre “Villatrásito”. Como se puede observar en las traducciones en inglés y español, se apuesta por añadirle al nombre de la ciudad una referencia a los viajes y a la gente que pasa por ella (palabras *fare* y “trásito”). En japonés, por otro lado, es posible que las dos primeras sílabas, “tora”, sean un diminutivo de トラベラー (“toraberaa”, pronunciación japonesa de *traveller*, “viajero”), por lo que también encontramos en este idioma el mismo matiz creativo. En japonés es muy común fusionar sílabas de palabras diferentes para formar una nueva, sobre todo con las de origen extranjero.

Por otro lado, destaca la ubicación llamada *Port Prospect* en inglés, cuyo nombre original en japonés es ポルトリンク (“Porutorinku”). En castellano tiene como nombre “Puerto Horizonte”. En este caso sí observamos una conexión más clara entre el original y sus traducciones. En inglés, *prospect* significa “expectativa”, “futuro”, palabras que se asocian al “horizonte” castellano. Además, esta ubicación marca el punto en el que el Héroe y su grupo pueden acceder al barco por primera vez y, por tanto, explorar libremente el vasto mundo en el que se ambienta el videojuego. En el caso del japonés, “Porutorinku” se ha formado a partir de la pronunciación nipona de las palabras *port* y *link* en inglés. Tal y como ocurre en las dos lenguas occidentales, aquí también se aprecia

⁴⁰ Más información sobre este litigio en esta noticia: <https://www.bbc.com/mundo/noticias-internacional-48373931>

la referencia a “los puertos futuros”, las nuevas tierras que recorrerán los protagonistas en su aventura.

Ya mencionado en el apartado anterior, también destaca el pequeño pueblo de *Pickham*, llamado en español “Villahurto”. En japonés observamos un nombre más que curioso: パルミト (literalmente, “Parumido”). En inglés y en español encontramos un juego de palabras entre *pick* (“robar”, “forzar una cerradura”) y “hurto”. Sin embargo, parece que en japonés no se ha empleado ningún recurso retórico o siquiera dado un significado a la palabra “Parumido”⁴¹. A menos que nos equivoquemos, este se trata de un nombre completamente original dentro del videojuego.

Como última ubicación elegida, destaca la llamada en la localización inglesa *Simpleton*, traducida en español como “Villaboba”. Al igual que en el caso anterior, observamos el empleo de una técnica creativa similar en la localización en español: se ha optado por incluir la traducción del inglés *simpleton* (literalmente, “mentecato”, “simplón”) en el nombre de la ubicación (“-boba”). En japonés, por otro lado, observamos un nombre más que curioso: ドニの町 (transcripción: “Doni no machi”). La traducción literal de este lugar sería “la ciudad de Denis”.⁴² Este topónimo es un caso más que peculiar, ya que no hemos logrado encontrar ninguna relación entre el nombre de origen francés “Denis” y el videojuego. Parece ser que, al igual que sucediese con “Parumido”, este se trata de un nombre totalmente original dentro del videojuego.

- **Contenido atenuado en la versión de Nintendo 3DS**

Para concluir este último apartado del trabajo, mencionamos brevemente a continuación una serie de cambios presentes en la versión de Nintendo 3DS publicada de este videojuego. Estos cambios modifican varias escenas que presentan un contenido violento y cruel, así como un aspecto de índole erótica relacionado con uno de los personajes protagonistas, Jessica. Las modificaciones son las siguientes:

⁴¹ Nombre original japonés de esta ubicación encontrado en la siguiente página web: <https://wikiwiki.jp/dqdic3rd/%E5%9C%B0%E5%90%8D%E3%83%BB%E5%9C%B0%E5%BD%A2/DQ8>

⁴² Transcripción en nuestro abecedario del nombre ドニ (Denis) extraída de la página siguiente: <https://wikiwiki.jp/dqdic3rd/%E3%80%90%E3%83%89%E3%83%8B%E3%81%AE%E7%94%BA%E3%80%91>

En el caso del contenido cruel y violento, se modificó lo siguiente: se atenuó una escena en la que a un personaje secundario llamado David se le obliga a comer comida de perro por orden de su amo, Dominico. Por otro lado, en otra escena está involucrado el personaje de Marcello, hermanastro del protagonista Angelo y villano del juego durante varias secciones. En dicha escena se modificó la manera con la que Marcello se libera de unas ramas con espinas que salen del cetro robado del castillo del rey Trode. En lugar de apuñalarse en su propio brazo derecho, emplea un conjuro de luz para poder liberarse.

En el caso del contenido erótico, la modificación presente en Nintendo 3DS está relacionada con algunos de los atuendos con los que podemos vestir a Jessica. Debido a que la clasificación CERO A del videojuego se volvió más estricta en la versión de la consola portátil de Nintendo, se modificaron las prendas más reveladoras de este personaje (Anexos, Figura 26).

Todas las traducciones y ejemplos anteriores, si bien podrían añadirse muchos más casos, sirven como una pequeña referencia de las estrategias empleadas en la traducción de este videojuego, muchas de ellas caracterizadas por su creatividad. Por otro lado, en el presente trabajo hemos estudiado y profundizado en todos los aspectos de una manera teórica y, en estos últimos apartados, de una forma más práctica. Dicho esto, es muy probable que todos aquellos que consumamos traducciones a menudo coincidamos en que no es lo mismo *leerlo que vivirlo*. Por lo tanto, consideramos que la única manera de valorar si una localización cumple con su cometido, esto es, no solo transmitir lo que dice, sino también provocar la misma sensación en el consumidor, es visualizar la serie, película o jugar al videojuego en cuestión.

Conclusiones

En estas páginas hemos estudiado el concepto de localización y las distintas estrategias empleadas por los traductores a la hora de verter un producto audiovisual a varios públicos meta. Asimismo, se ha hecho especial hincapié en los procedimientos de transcreación y en cómo esta última puede llegar a ser una herramienta muy valiosa para cualquier traductor audiovisual y, más concretamente, al localizar videojuegos. Vivimos en un mundo globalizado en el que cada día somos testigos de unos avances tecnológicos gigantescos. Por ello, somos nosotros, estudiantes de la Traducción y futuros profesionales, quienes observamos de primera mano este progreso, cada vez más veloz y sin intención de detenerse. Por ello, es nuestro deber conocer estos cambios, imbuirnos de ellos, saber cómo modifican las estrategias de traducción actuales y, sobre todo, aportar nuestro propio granito de arena para producir traducciones de calidad. La traducción audiovisual y, en este caso, de videojuegos es una que está en constante evolución, gracias principalmente a su cada vez más numeroso número de consumidores. Los traductores y jugadores desempeñan una función vital al descubrir y compartir un mundo, unos personajes y una historia con quienes se encuentran detrás de la pantalla. Los jugadores, por un lado, transmiten el videojuego a amigos, familiares y otros usuarios que los consumen. Los traductores, por su parte, van un paso allá al ser capaces de traspasar fronteras y compartirlos con todo tipo de culturas diferentes. El videojuego como producto de entretenimiento y, sobre todo, elemento cultural, nunca interrumpe su recorrido de traductor en traductor, de jugador en jugador, de cultura en cultura. Ahora, en el futuro, y siempre.

Bibliografía

- “CEEZEE”. “PS4 Games Region Codes Explained”, *GamerBraves* (web). 28 de marzo de 2020. <https://www.gamerbraves.com/ps4-games-region-codes-explained/>
- “Chagos, las islas que Reino Unido no devolvió a Mauricio pese a expirar el plazo establecido por la ONU”, *BBC News Mundo*. 26 de abril de 2020. <https://www.bbc.com/mundo/noticias-internacional-48373931>
- “DRACO”. “Uncharted: Una década buscando la grandeza”, *Legión de Jugadores (Zona Red)* (web). 27 de abril de 2020. <https://legiondejugadores.com/uncharted-decimo-aniversario/>
- “Juegos de Dragon Quest Saga”, *Vandal* (web). 25 de abril de 2020. <https://vandal.elespanol.com/sagas/dragon-quest>
- “Saga Dragon Quest”, *Zona Red* (web). 25 de abril de 2020. <https://www.zonared.com/juegos/sagas/dragon-quest/>
- “SATO”. “Even With ‘Gore Mode’ DLC, The Evil Within Is Toned Down In Japan”, *Siliconera* (web). 27 de febrero de 2020. <https://www.siliconera.com/even-with-gore-mode-dlc-the-evil-within-is-toned-down-in-japan/>
- BARTOLOMÉ, Nacho. “Carátulas de videojuegos (IV): USA, EUR y JAP”, *HobbyConsolas* (web). 24 de marzo de 2020. <https://www.hobbyconsolas.com/reportajes/caratulas-videojuegos-iv-usa-eur-jap-45470>
- BERNAL-MERINO, Miguel Á. 2018. “Creativity and playability in the localisation of videogames”. *JIAL: The Journal of Internationalisation and Localisation* 5 (1): 101 – 137. 17 de noviembre de 2019. https://pure.roehampton.ac.uk/ws/portalfiles/portal/857513/Bernal_Merino_2018_JIAL_5_Creativity_and_playability_in_the_localisation_of_video_games.pdf
- BOUZO, Oscar (“Jarkendia”). “Pac-man Battle Royale, un experimento fallido del mítico comecocos que habría sido muy distinto si se lanzase por su 40 aniversario”, *Vida Extra* (web). 24 de marzo de 2020. <https://www.vidaextra.com/analisis/pac-man-battle-royale-analisis-review-experiencia-juego-para-arcade-xbox>
- CALLE, Stiven. “¿Quién es el padre de los videojuegos?”, *3DJuegos* (web). 2 de abril de 2020. <https://www.3djuegos.com/mx/juegos/articulos/1137/0/quien-es-el-padre-de-los-videojuegos/>
- CAPILLA TORRES, Sara. 2014. *Videojuegos y localización: análisis de la industria en Japón y en España*. Trabajo fin de máster. Universidad de Salamanca.
- CASTRO, Rubén. “Diferencias entre los formatos NTSC y PAL”, *WikiVersus* (web). 7 de abril de 2020. <https://www.wikiversus.com/tv/diferencia-pal-ntsc/>
- CHAUME, Frederic. 2019. “Audiovisual translation in the age of digital transformation: Industrial and social implications”. En *Reassessing Dubbing*, ed. por Irene Ranzato y Serenella Zanotti. Amsterdam; Philadelphia: John Benjamins, 104 – 124.
- COLLADO, Juan Carlos. 2018. *El sector de los videojuegos en España: impacto económico y escenarios fiscales*. Madrid: Asociación Española de Videojuegos y Llorente & Cuenca.
- Dragon Quest Wiki y Wikiwiki* (Dragon Quest) (webs en inglés, español y japonés). 27 de abril de 2020. <https://wikiwiki.jp/dqdic3rd/>

https://dragonquest.fandom.com/wiki/Dragon_Quest_VIII
https://dragonquest.fandom.com/es/wiki/Dragon_Quest_Wiki

y

- FERNÁNDEZ COSTALES, Alberto. 2012. "Exploring Translation Strategies in Video Game Localisation". *MonTI, Monografías de Traducción e Interpretación* 4: 385 – 408. 23 de marzo de 2020. <http://www.e-revistas.uji.es/index.php/monti/article/view/1601/1347>
- FERNÁNDEZ COSTALES, Alberto. 2014. "Video game localisation: adapting superheroes to different cultures". *Quaderns. Revista de Traducció* 21: 225-239. 2 de abril de 2020. https://ddd.uab.cat/pub/quaderns/quaderns_a2014n21/quaderns_a2014n21p225.pdf
- GARCÍA, Albert. "Space Invaders: Los 'marcianitos' cumplen 40 años", *La Vanguardia* (web). 4 de mayo de 2020. <https://www.lavanguardia.com/tecnologia/20180725/451089770519/space-invaders-40-aniversario-marcianitos-arcade.html>
- GUERRA ANTEQUERA, Jorge e Ignacio REVUELTA DOMÍNGUEZ. 2016. "Análisis del conocimiento del código PEGI en la formación inicial del profesorado". *RELATEC, Revista Latinoamericana de Tecnología Educativa* 15 (1): 87 – 96. 25 de febrero de 2020. <https://relatec.unex.es/article/view/2619/1739>
- HENDERSON, Rik. "Watch Dogs 2 contains sexually explicit full frontal nudity, Ubisoft promises patch", *Pocket-lint* (web). 15 de abril de 2020. <https://www.pocket-lint.com/games/news/ubisoft/139492-watch-dogs-2-contains-sexually-explicit-full-frontal-nudity-ubisoft-promises-patch>
- KLEPEK, Patrick. "From Japan, With Changes: The Endless Debate Over Video Game 'Censorship'", *Kotaku* (web). 12 de marzo de 2020. <https://kotaku.com/from-japan-with-changes-the-endless-debate-over-video-1747960323>
- MANGIRON, Carmen. 2012. "The Localisation of Japanese Video Games: Striking the Right Balance". *JIAL: The Journal of Internationalisation and Localisation* 2 (1): 1 – 20. 13 de enero de 2020. <https://benjamins.com/catalog/jial.2.01man/fulltext>
- MANGIRON, Carmen. 2018. "Game on! Burning issues in game localisation". *Journal of Audiovisual Translation* 1 (1): 122 – 138. 13 de noviembre de 2019. <https://www.jatjournal.org/index.php/jat/article/view/48/7>
- MARÍN, Txema. "El sistema PEGI se vuelve de colores, a ver si así se enteran los padres...", *Vida Extra* (web). 3 de abril de 2020. <https://www.vidaextra.com/industria/el-sistema-pegí-se-vuelve-de-colores-a-ver-si-asi-se-enteran-los-padres>
- MÁRQUEZ, Rubén. "Comparativa carátulas: Dentro y fuera de Japón", *Vida Extra* (web). 1 de mayo de 2020. <https://www.vidaextra.com/otros/comparativa-caratulas-dentro-y-fuera-de-japon>
- MAYORAL ASENSIO, Roberto. 2002. "Estado de la cuestión y perspectivas de la traducción audiovisual". En *Actas de las IIª Jornadas de Jóvenes Traductores: diciembre 1998*, ed. por Laura Cruz García, Víctor M. González Ruiz y Elena Pérez Ramírez. Las Palmas de Gran Canaria: Universidad de las Palmas de Gran Canaria, 47-76.
- MUÑOZ SÁNCHEZ, Pablo. 2017. *Localización de videojuegos*. Madrid: Síntesis, 59 – 69.
- NEWTON, James. "Animal Crossing Tobidase Reaches Japan This Fall", *Nintendo Life* (web). 4 de abril de 2020. http://www.nintendolife.com/news/2012/04/animal_crossing_tobidase_reaches_japan_this_fall

- O'HAGAN, Minako y Carmen MANGIRON. 2006. "Game Localisation: Unleashing Imagination with 'Restricted' Translation". *JoSTrans, The Journal of Specialised Translation* 6: 10 – 21. 17 de diciembre de 2019. https://www.jostrans.org/issue06/art_ohagan.pdf
- O'HAGAN, Minako y Carmen MANGIRON. 2013. *Game Localization: Translating for the Global Digital Entertainment Industry*. Ámsterdam: John Benjamins, 128 - 147
- O'HAGAN, Minako. 2007. "Video games as a new domain for translation research: From translating text to translating experience". *Tradumàtica: traducció i tecnologies de la informació i la comunicació* 5: 1 – 7. 10 de noviembre de 2019. <https://www.raco.cat/index.php/Tradumatica/article/view/75768/96198>
- PARKER, Henry H. (ed.). *UluKau: The Hawaiian Electronic Library*, (web). 26 de abril de 2020. <http://ulukau.org/elib/cgi-bin/library?e=d-0parker-000Sec--11haw-50-20-frameset-book--1-010escapewin&a=d&cl=&d=D0.7.104&toc=0&p=frameset&p2=book&l=en>
- ROS, Isidro. "Space Invaders es el producto de ocio que más dinero ha generado", *MuyComputer* (web). 16 de marzo de 2020. <https://www.muycomputer.com/2018/04/11/space-invaders-dinero-generado/amp/>
- RUBIO, Juan. "Grandes juegos que jugamos censurados", *Vandal* (web). 5 de marzo de 2020. <https://vandal.lespanol.com/reportaje/grandes-juegos-que-jugamos-censurados>
- STEVENS HEATH, Nora. 2010. "Text-Based Adventure: The Art of Translating Video Games". *The ATA Chronicle* 39 (8): 16-19. 17 de noviembre de 2019. <https://www.ata-chronicle.online/wp-content/uploads/2010-August.pdf>
- WRIGHT, Steve. "Resident Evil 7: Grotesque Version is a CERO Z-rated version made for Japan", *Stevivor* (web). 20 de marzo de 2020. <https://stevivor.com/news/resident-evil-7-grotesque-version-cero-z-rated-version-made-japan/>
- YIN-POOLE, Wesley. "Naughty Dog confirms European version of The Last of Us censored", *Eurogamer* (web). 3 de abril de 2020. <https://www.eurogamer.net/articles/2013-08-05-naughty-dog-confirms-european-version-of-the-last-of-us-censored>
- YIN-POOLE, Wesley. "Senran Kagura game delayed on PS4 after Sony requests removal of Intimacy Mode", *Eurogamer* (web). 30 de marzo de 2020. <https://www.eurogamer.net/articles/2018-10-13-senran-kagura-game-delayed-on-ps4-after-sony-forced-removal-of-intimacy-mode>
- YIN-POOLE, Wesley. "Sony confirms Beyond censored in Europe", *Eurogamer* (web). 28 de abril de 2020. <https://www.eurogamer.net/articles/2013-10-01-sony-confirms-beyond-censored-in-europe>

Anexos

- Marco teórico. La localización de videojuegos

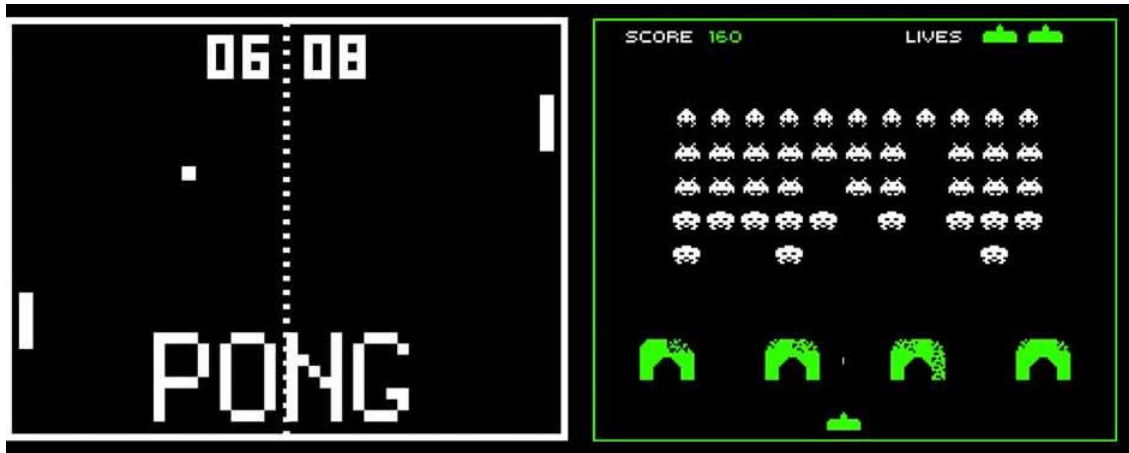


Figura 1. Primeros videojuegos: Pong y Space Invaders



Figura 2. Videojuego narrativo actual basado en decisiones: Detroit: Become Human



Figura 3. Videojuego episódico basado en decisiones: Life is Strange



Figura 4. Kingdom Hearts III, juego de rol que mezcla personajes propios con Disney y Final Fantasy



Figura 5. Videojuego de rol japonés localizado en Occidente de manera total solamente en inglés: NieR



Figura 6. Versión Royal de Persona 5, única entrega localizada de manera parcial (textos y subtítulos) en idiomas FIGS



Figura 7. God of War (2018), videojuego AAA localizado de manera total en español

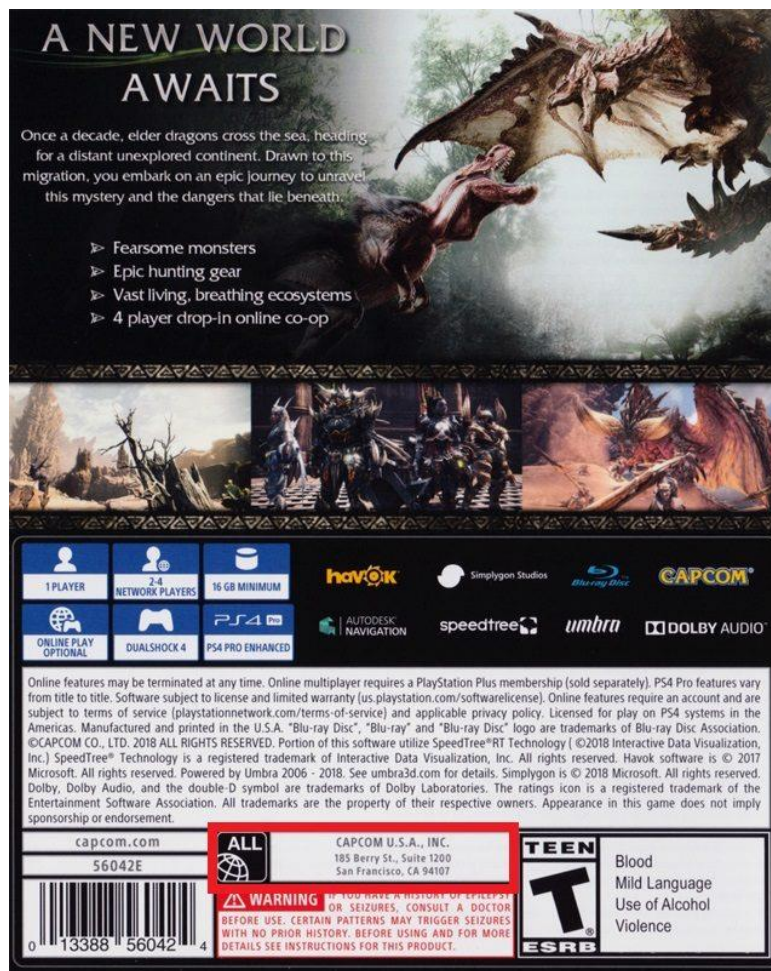


Figura 8. Código de región de la versión estadounidense de Monster Hunter World



Figura 9. Versión PAL original de PlayStation 2 de Kingdom Hearts II

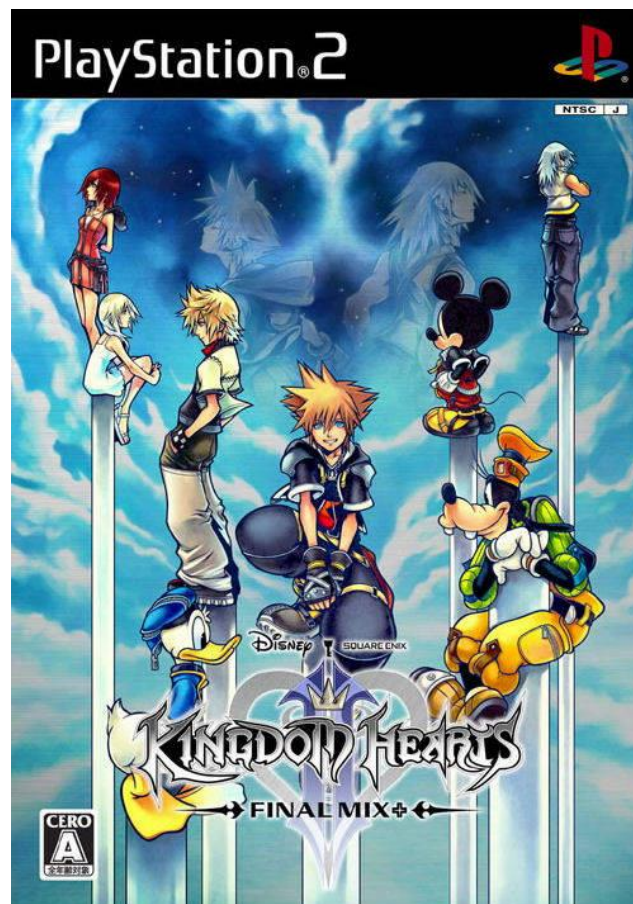


Figura 10. Versión NTSC-J de Kingdom Hearts II Final Mix + (con contenido extra añadido)

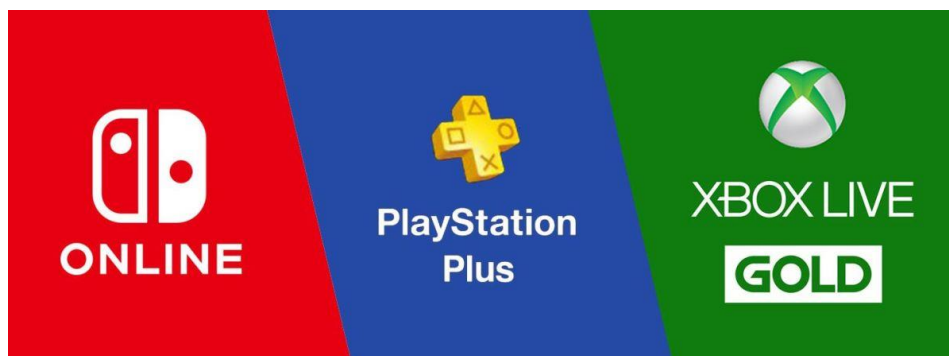


Figura 11. Servicios de suscripción online de Nintendo, Sony y Xbox



Figura 12. Miniatura de un videotutorial de navegación de menús del videojuego 初音ミク Project DIVA MEGA39's (autor: hisokeee)

- **Marco teórico. La transcreación en los videojuegos**

	Inglés	Español
Guybrush	You're a fashion consultant?	¿Eres asesora de moda?
Sacerdotisa vudú	Well, yes, but that's not what I was referring to. I am a Voodoo Priestess.	Pues sí, pero no me refería a eso. Soy una sacerdotisa vudú.
Sacerdotisa vudú	You're an "autumn", by the way.	Dicho sea de paso, nos conocemos.



Figura 13. Ejemplo de transcreación en The Curse of Monkey Island (autora: Itziar Zorrakin Goikoetxea)



Figura 14. Clasificación por edades e imágenes descriptivas del código PEGI



Figura 15. Clasificación por edades del código ESRB

Computer Entertainment Rating Organization



Figura 16. Clasificación por edades e imágenes descriptivas del código CERO



Figura 17. Carátula occidental (izquierda) y japonesa (derecha, versión Z) de Resident Evil 3: Remake



Figura 18. Atenuación de contenido violento en la versión japonesa de The Evil Within (サイコブレイク)



Figura 19. Atenuación de contenido erótico en Yu-Gi-Oh! Duel Links



Figura 20. Carátula occidental (izquierda) y japonesa (derecha) de Uncharted 2: El reino de los ladrones

- Caso concreto: Dragon Quest VIII: el periplo del Rey Maldito

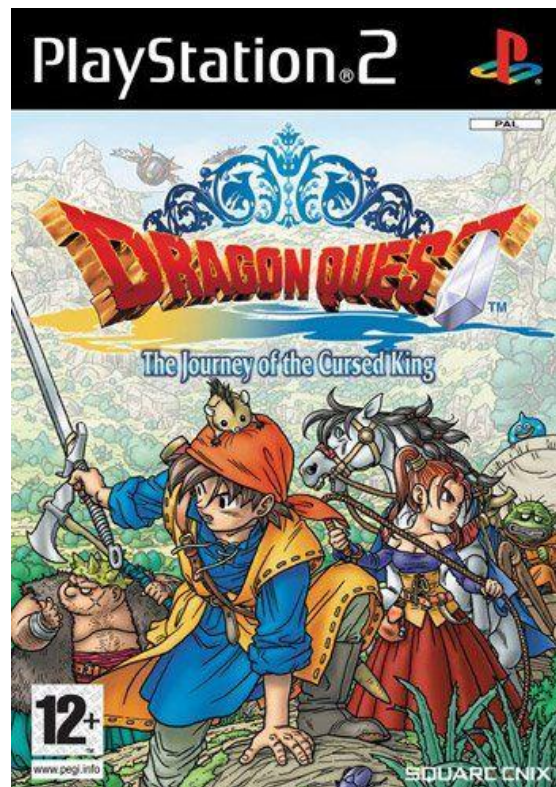


Figura 21. Carátula occidental de la versión de PlayStation 2 de Dragon Quest VIII: El periplo del Rey Maldito



Figura 22. Carátula japonesa de la versión de Nintendo 3DS de Dragon Quest VIII: El periplo del Rey Maldito



Figura 23. Referencia a los Super Saiyan (Dragon Ball, de Akira Toriyama) en Dragon Quest VIII

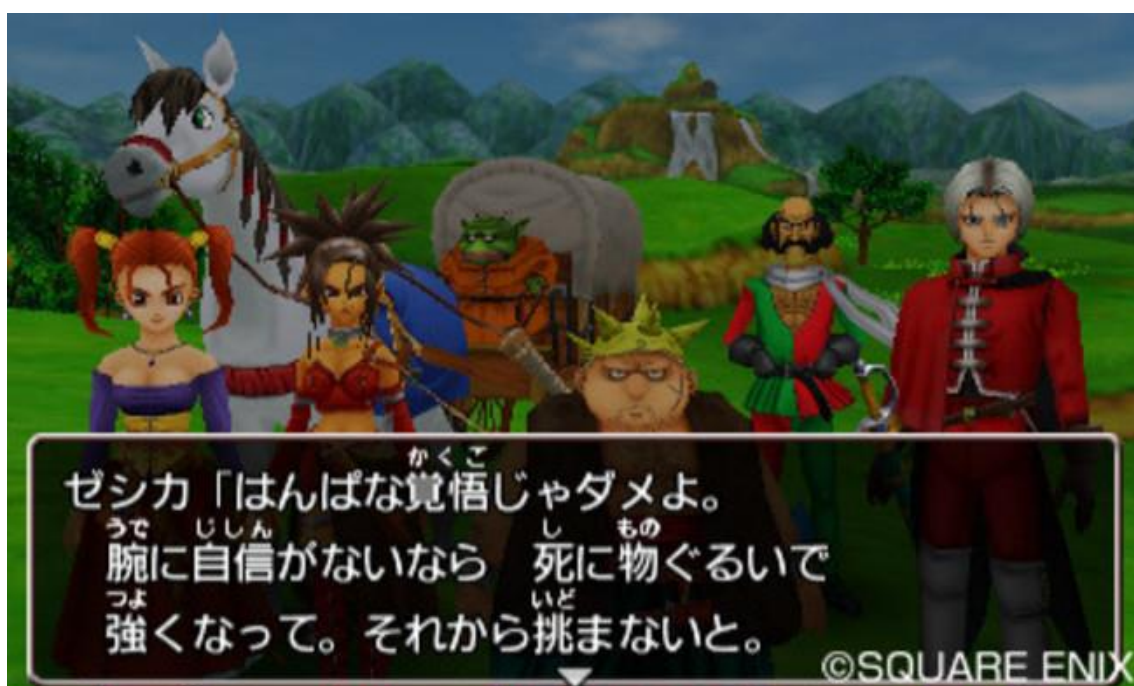


Figura 24. Elenco de protagonistas en la versión de Nintendo 3DS de Dragon Quest VIII (de izquierda a derecha: Jessica, Rubí, Yangus, Morrie y Angelo; al fondo: princesa Medea, convertida en Yegua, y Rey Trode, en sapo)



Figura 25. “Mr. Satán”, personaje de Dragon Ball en el que se basa el personaje de Morrie de Dragon Quest VIII



Figura 26. Atenuación de erotismo en uno de los atuendos de Jessica (Dragon Quest VIII, Nintendo 3DS)

<u>Nombre original japonés</u>	<u>Nombre localizado inglés</u>	<u>Nombre localizado español</u>
主人公	Heroe	Héroe
ヤングス	Yangus	Yangus
ゼシカ・アルバート	Jessica Albert	Jessica Albert
ククール	Angelo	Angelo
モリー	Morrie	Morrie
ゲルダ	Red	Rubí
トロデ	Trode	Trode
ミーティア	Medea	Medea
闇商人	Dodgy Dave	Timo Teo
情報屋	Brains	Enciclopedia
マルク & ポルク	Mash and Bangers	Visi y Godo
チャゴス	Prince Charmles	Príncipe Fatuo

<u>Ubicación original japonés</u>	<u>Ubicación localizada inglés</u>	<u>Ubicación localizada Español</u>
トラペッタ	Farebury	Villatrásito
ポルトリンク	Port Prospect	Puerto Horizonte
パルミド	Pickham	Villahurto
ドニの町	Simpleton	Villaboba

Imágenes extraídas:

- Marco teórico. La localización de videojuegos

<https://imascono.com/magazine/inteligencia-artificial-videojuegos-origen/inteligencia-artificial-pong-space-invaders/>

<https://ar.pinterest.com/pin/771171136169105620/?autologin=true>

<https://guides.gamepressure.com/lifeisstrange/guide.asp?ID=29494>

<https://www.ecartelera.com/noticias/kingdom-hearts-cine-videojuegos-corazon-51871/>

<https://www.playstation.com/es-ar/games/nier-ps3/>

<https://www.fantasymundo.com/53158-2/>

<https://www.hobbyconsolas.com/guias-trucos/god-war-2018/mejores-encantamientos-kratos-god-war-2018-202604>

<https://www.gamerbraves.com/ps4-games-region-codes-explained/>

<https://www.neogaf.com/threads/official-kingdom-hearts-ii-out-in-europe-thread.121823/>

https://kingdomhearts.fandom.com/wiki/Kingdom_Hearts_II_Final_Mix%2B

<https://www.tomsguide.com/us/switch-online-vs-playstation-plus-vs-xbox-live-gold,review-5791.html>

<https://www.youtube.com/watch?v=bNGRtJkqi40>

- **Marco teórico: la transcreación en los videojuegos**

<https://www.slideshare.net/ItziarZorrakin/transcreacin-en-videojuegos-68919077>

<http://clickcentrojovent.blogspot.com/2013/03/que-es-el-sistema-pegi-y-para-que-sirve.html>

<http://gamefilia.com/rikkuinthemiddle/2008/10/20/problemas-de-censura-en-los-videojuegos/>

https://as.com/meristation/2020/04/08/noticias/1586336431_098291.html

https://theevilwithin.fandom.com/wiki/The_Evil_Within?file=Keycorpse.png

<https://www.anaitgames.com/noticias/la-caratula-de-resident-evil-3-remake-se-filtra-en-playstation-store>

https://www.youtube.com/watch?v=92b_WbJtIt0

https://www.reddit.com/r/PS3/comments/1ba9kt/i_think_i_prefer_the_japanese_cover_for_infamous/

- **Caso concreto: Dragon Quest VIII: el periplo del Rey Maldito**

<https://www.pinterest.com/pin/347410558727281739/>

<http://www.estadogamerla.com/2015/11/13/dragon-quest-vii-y-viii-confirmados-para-3ds-en-el-2016/>

<https://areajugones.sport.es/videojuegos/dragon-quest-tomo-elementos-de-dragon-ball-z-como-influencia/>

<https://www.rpgsite.net/news/4399-relive-the-events-of-dragon-quest-viii-once-more-with-new-screenshots>

https://www.pngitem.com/middle/wmwihi_download-hd-hercule-png-master-pogi-dragon-ball/

<https://www.youtube.com/watch?v=ArJ7If-RsMU>