



## Localización de juegos para móvil

Yolanda Torres Molina

Departamento de Localización en I-play

**Resum:** Aquest article presenta una introducció a la localització de jocs per a mòbil. Es descriuen els reptes que afronta el traductor d'aquest tipus de jocs i s'inclouen exemples d'errors i solucions sobre aspectes de la internacionalització i localització dels jocs.

**Paraules clau:** Localització de videojocs, localització de jocs per a telèfons mòbils, traducció de jocs

**Resumen:** Este artículo ofrece una introducción a la localización de juegos para móvil. Se describen los retos a los que se enfrenta el traductor en la traducción de este tipo de juegos y se ofrecen ejemplos de errores y soluciones sobre aspectos de la internacionalización y localización del juego.

**Palabras clave:** Localización de videojuegos, localización de juegos para teléfonos móviles, traducción de juegos

**Abstract:** This article offers an introduction to the localisation of games for mobile phones. It describes the challenges that translating such games poses for translators and gives examples of errors and solutions related to aspects of game localisation and internationalisation.

**Keywords:** Video game localisation, localisation of games for mobile phones, game translation

### 1. Introducció

El gran èxit del mercat dels videojocs en les diferents plataformes en els països de parla anglesa i a Japó ha fet que les empreses productores de hardware i software hagin optat per expandir-se globalment amb la intenció de conquerir nous mercats. D'aquí neix la necessitat de traduir els jocs a altres idiomes. En el món dels videojocs, se denomina *localització* al procés de traduir i adaptar un joc a altres idiomes. Normalment el idioma original dels videojocs sol ser anglès o japonès. Si el producte s'ha internacionalitzat satisfactoriament, el disseny del joc no canviarà i el procés d'implementació de les traduccions no necessitarà cap funcionalitat addicional en les versions localitzades. Un joc internacionalitzat separa la informació i els dades del codi, mostra correctament els caràcters de l'idioma de destinació i funciona correctament després de ser localitzat. Les qüestions més importants en quant a internacionalització són la codificació de caràcters per a les diverses versions per als mercats locals i les opcions específiques per als mercats locals que es requereixen en el joc, com els formats de data i hora, separadors decimals, etcètera. L'objectiu d'una localització amb qualitat és que el videojoc final s'adaptingui a les convencions lingüístiques i culturals dels usuaris.

meta y mantenga el mismo *feeling* que el original, de manera que los jugadores no sientan en ningún momento que tienen entre manos una versión traducida del juego original.

Los teléfonos móviles desempeñan un papel muy importante en el mundo de los videojuegos, donde están ganando terreno a los PC y las videoconsolas, con un número de usuarios en constante incremento. Según un informe de la Asociación Española de Distribuidores y Editores de Software de Entretenimiento (aDeSe), de los 8,8 millones de personas que juegan, 3,3 millones lo hacen a través del móvil (Serrano, Ortiz y Carmona 2006). El rápido crecimiento actual de la industria de los juegos para móvil es una buena oportunidad para que la localización de videojuegos obtenga el reconocimiento y atención que merece. Las empresas desarrolladoras deberían ser conscientes de la necesidad de tener en cuenta la localización, incluidos los aspectos culturales que afectan al código, desde la fase de pre-producción.

## 2. La localización de videojuegos

La localización de un videojuego implica la traducción de sus recursos (cuadros de diálogo, menús, mensajes de ayuda, de batalla y guión), además de las etapas de testeo del programa. Este proceso incluye la traducción de los elementos de la interfaz de usuario, la documentación y embalaje, adaptación de los cuadros de diálogo, personalización de opciones, y la fase de pruebas y control de calidad del producto traducido para comprobar que funciona correctamente. También abarca la modificación del contenido gráfico en el caso de que existan elementos gráficos textuales.

Mediante herramientas especializadas, se extrae todo el texto localizable del juego y se insertan las versiones traducidas en el código. El medio que se usa para la traducción en la mayoría de los casos es una hoja de cálculo de Microsoft Excel que se conoce como MasterTextFile. Este formato es el más utilizado, debido a su carácter genérico y a su capacidad de contener toda la información que se necesita incluir en estos juegos. Y lo más importante, las agencias de traducción y los desarrolladores están familiarizados con él.

## 3. Diferencias entre la localización de juegos para teléfonos móviles y otros tipos de localización

### 3.1. Competencia (Expertise)

Desafortunadamente, en el campo de desarrollo y localización de juegos para móvil no se suele contar con la figura del ingeniero de localización a menudo presente en la localización de software. El ingeniero de localización está encargado entre otras cosas de preparar y entregar el material de localización a los proveedores, asesorar a los desarrolladores en el proceso de solución de errores (*debugging*) y analizar, diseñar e implementar herramientas de producción para agilizar las tareas y procesos de producción. Como menciona Montón (2005): «Videogame developers are not that well trained in what regards to localisation compared to software developers. Software developers are aware of the importance of a well localized product and therefore create the software with translation in mind.»

### 3.2. Traducción técnica frente a traducción creativa

El texto de un programa informático, ya sea en texto de pantalla o manual, es de tipo técnico. Los traductores técnicos han de estar familiarizados con la terminología informática y con las guías de estilo. Debido a la naturaleza del producto, este tipo de traducción es más rígida y permite menos libertad y creatividad que la traducción de videojuegos. Por el contrario, la acción de los videojuegos se desarrolla a menudo en mundos imaginarios con personajes imaginarios. Esto hace que se requiera una traducción creativa y libre por parte del traductor, quien deberá adaptar el texto original al idioma meta de manera que se mantenga el sentido del original.

### 3.3. Texto para traducir: MasterTextFile

Los programas informáticos, así como los videojuegos de PC o consola, cuentan con manuales y material adicional que requieren traducción. Los juegos para móvil carecen de embalaje, y el único texto que se debe traducir es el que irá en el juego. El documento que contiene el texto del juego y de los gráficos es denominado MasterTextFile. La mayoría de los recursos de localización se almacenan en archivos de MS Excel. Los desarrolladores prefieren este formato porque les permite hacer uso de las columnas para insertar distintos tipos de información: número de identificación de una cadena de texto o ID, texto en inglés (EN) y traducciones (FR, IT, DE, ES, etc.).

Sin embargo, existen desventajas a la hora de traducir, ya que Excel no tiene las mismas funciones (por ejemplo, corrector ortográfico, diccionario de sinónimos, recuento de palabras, etc.) que un editor de texto como Microsoft Word. Por esta razón, a menudo el texto a traducir se exporta a Word y las traducciones se llevan a cabo en este programa con la ayuda de herramientas de traducción. A continuación mostramos un ejemplo de este documento.

A	B	C	D	E	F
I-play Ref # (Not for Translation)	EN	Context (Not for Translation)	Length Limit	EN Length	EN length OK?
1					
2	TEXT_LOADING	Loading...	32	11	OK
3	TEXT_PRESS_5	Press 5 to Continue	32	19	OK
4	TEXT_SOUND_PROMPT	Play Sounds? Sound will default to off in \$0 second(s)	55	54	OK
5	SOUND_PROMPT_OFF	Play Sounds? (Sound will default to off in \$0 second)	53	53	OK
6	SOUND_PROMPT_ON	Play Sounds? (Sound will default to on in \$0 second)	65	52	OK
7	SOUND_PROMPT_OFF_PLURAL	Play Sounds? (Sound will default to off in \$0 seconds)	65	54	OK

Figura 1. MasterTextFile

La columna B, denominada EN, contiene el texto en inglés para traducción. Aquí se encuentran listados todos los mensajes, elementos de texto y diálogos que hay en el juego. Si existen gráficos que contengan texto (gráficos textuales), han de estar incluidos en este documento y se deberán traducir durante la fase de desarrollo. Estos gráficos suelen formar parte de la interfaz del juego, por ejemplo en forma de mensajes que aparecen en pantalla cuando se gana una partida o se supera un nivel. Las traducciones de los gráficos textuales suelen tener un límite de caracteres muy estricto. Es aconsejable que el número de caracteres de la traducción sea igual o menor al del original, o que lo supere como máximo por un par de caracteres.



Figura 2. Gráficos textuales en mensajes de pantalla en la versión española después de ser localizados (*Urban Golf* de I-play)

La columna C contiene la información de contexto para las traducciones. Aquí se describe la función y el lugar del juego donde la cadena de texto va a aparecer. Por ejemplo, se

especifica si se trata de un mensaje de error de conexión o de un mensaje de diálogo de uno de los personajes del juego. Hablábamos anteriormente de creatividad a la hora de traducir; sin embargo, si no existe información de contexto sobre los personajes, elementos del inventario del juego o de las armas, las traducciones pueden perder totalmente el sentido del texto original.

Como menciona Montón (2005), para poder traducir correctamente y preservar el sentido y el significado del nombre de un arma, un lugar o un personaje, es vital que se les proporcione a los traductores información tal como el sexo del personaje y ayudas gráficas. Las imágenes de armas o elementos son de gran ayuda para hallar términos equivalentes en el idioma meta.

#### 4. Etapas del ciclo de localización con ejemplos de errores de localización

Como se ha explicado anteriormente, el objetivo de la internacionalización es crear un producto que se pueda adaptar fácilmente para su comercialización en otros mercados sin necesidad de cambiar el diseño del producto. El juego mantendrá las mismas características, funcionalidad y jugabilidad en todas las versiones. Si esto se tiene en cuenta al principio del proyecto, la interfaz de usuario, el sistema de controles, el contenido del juego y otros elementos se podrán localizar fácilmente.

Los principales objetivos de la internacionalización son diseñar un código base, un conjunto de características y una interfaz de usuario lo suficientemente genéricos para poder acomodar las traducciones de cualquier idioma. El código debe ser compatible con caracteres acentuados y formatos internacionales de fecha y hora.

##### 4.1. Aspectos del código importantes en la fase de internacionalización

El código base debe ser compatible con múltiples sistemas de escritura. Es preferible que la aplicación para juegos de móvil no sólo sea compatible con el código ASCII, ya que éste no incluye caracteres acentuados u otros caracteres específicos de idioma, como el carácter "ñ", así como formatos como la negrita o la cursiva. Es preferible utilizar el código Unicode, un estándar de codificación de caracteres que se ha impuesto en el mundo de la localización e internacionalización.

Otro aspecto de la internacionalización que se puede tratar en la fase de pre-producción es el contexto cultural del juego, que incluye, por ejemplo, el formato de fecha y hora. Por ejemplo, a veces el formato de fecha en el videojuego se corresponde con el formato americano de mes, día y año. En el siguiente ejemplo, el formato de fecha no se había adaptado en las primeras versiones extranjeras, defecto que se subsanó posteriormente.

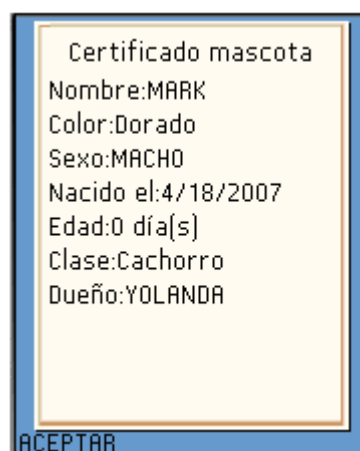
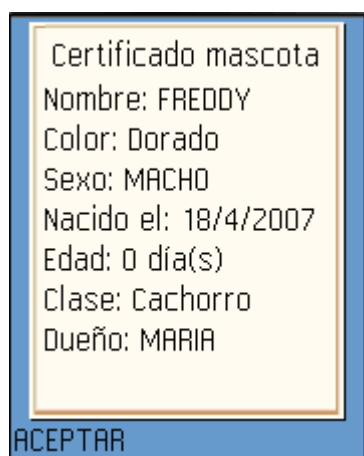


Figura 3. Formato de fecha americano en la Figura 4. Formato de fecha adaptado en una

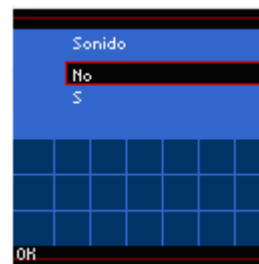
Lo mismo ocurre con otros formatos internacionales, como los de hora, número y moneda. En la mayoría de los casos, se mantienen los formatos originales.

#### 4.2. Errores de internacionalización

A menudo esta fase tan importante para la localización se deja de lado o se olvida completamente hasta que se lleva a cabo la implementación de las traducciones, lo que da lugar a la aparición de numerosos errores. En el siguiente ejemplo, la empresa desarrolladora no tuvo en cuenta que en español se usan signos de exclamación e interrogación iniciales. El alfabeto de la aplicación no contaba con estos caracteres, que se tuvieron que integrar posteriormente. En la primera versión española se utilizó una flecha para sustituirlos. En otros casos, los caracteres no incluidos en el código simplemente no aparecen en pantalla.



**Figura 5.** Fragmento de una versión española del juego *My Dog* de I-play



**Figura 6.** Error debido a la falta de caracteres acentuados, *24™ The Mobile Game* de I-play

#### 4.3. La interfaz de usuario

La limitación de espacio es el mayor inconveniente al que se enfrentan los traductores de videojuegos, y en especial los de videojuegos para dispositivos móviles. Las pantallas de los terminales móviles son proporcionalmente muy pequeñas para la cantidad de información que se ofrece al usuario, por lo que el texto de pantalla casi siempre está sujeto a restricciones de espacio muy estrictas, que suele cuantificarse por número de caracteres o de píxeles.

La primera señal de que un juego no ha sido diseñado pensando en una audiencia internacional es la presencia de texto solapado y truncado en la interfaz de usuario localizada. Como apunta Chandler (2005: 5): «Traditionally, translated text is about 20% to 30% larger than English...». Por ello, si la interfaz de usuario ha sido diseñada para acomodar exclusivamente el texto inglés, las traducciones aparecerán cortadas o solapadas a otros elementos de la interfaz. También es frecuente el uso de abreviaturas, que empeoran el aspecto de la interfaz. A menudo se requieren diferentes soluciones para cada tipo de teléfono, pero en general una buena planificación previa puede llegar a evitar numerosos problemas relacionados con la integración del texto en la pantalla. Por ejemplo, el desarrollador puede optar por aumentar el tamaño de las listas de menú y de las cajas de texto para que las traducciones se lean sin ningún problema, así como cambiar el tamaño de la fuente. Otra forma de simplificar y hacer más eficiente la interfaz de usuario en todos los idiomas es el uso de iconos. Los iconos disminuyen el número de palabras a traducir; su integración en la interfaz es relativamente

sencilla e idéntica en todos los idiomas; y su significado, en general, es universal. Por ejemplo, una flecha que señala a la izquierda indica la acción “volver” y es igual de eficiente que una cadena de texto. Además, el uso de iconos favorece la homogeneidad entre las interfaces de usuario de los diferentes idiomas.

Existen casos en los que es necesario modificar las traducciones debido a la incompatibilidad del código con caracteres especiales o acentuados. En el siguiente ejemplo, las traducciones son las frases que forman parte de un mini juego que consiste en descifrar un mensaje. El desarrollador no previó los consiguientes problemas de corrupciones gráficas de funcionalidad, que se descubrieron durante la fase de *testing* lingüístico. Para resolverlos se recurrió a nuevas traducciones en las que no se utilizaron caracteres acentuados.



**Figura 7.** Primera traducción: "DONDE SERÁ EL ATAQUE". Traducción editada sin caracteres acentuados: "DONDE VA A SER EL ATAQUE" (24<sup>th</sup> The Mobile Game de I-play)

## 5. Conclusión

La localización de videojuegos genera enormes ganancias. Decidir a qué idiomas localizar y reflexionar sobre la posibilidad de aumentar los idiomas a los que se localiza son cuestiones que se plantean a menudo. Las empresas desarrolladoras deberían darse cuenta de que para que las versiones internacionales de sus juegos se puedan distribuir y vender en los mercados internacionales, los juegos han de ser diseñados con la localización en mente desde la fase de pre-producción, teniendo en cuenta los aspectos culturales que afectan al código y que han de ser resueltos con antelación.

La industria de los juegos para móvil está progresando a una velocidad vertiginosa, extendiendo su mercado y aumentando el número de usuarios. Esperamos que las versiones localizadas de los juegos mantengan la misma calidad que las originales para que los aficionados al entretenimiento digital móvil puedan disfrutar como merecen.

## Bibliografía

ANOBILE, Michael. (2003). *Guía de introducción al sector de la localización*. <<http://www.lisa.org/products/primer/>> Fecha de consulta: 1/4/2006

CHANDLER, Heather. (2005). *The Game Localization Handbook*. Charles River Media.

COULLAUT, A. (2006) "Videojuegos: España juego mucho pero fabrica poco". *El país digital*. 11 octubre 2006. <[http://www.elpais.com/articulo/internet/Videojuegos/Espana/juega/mucho/fabrica/poco/elporte/c/20061011elpepunit\\_1/Tes](http://www.elpais.com/articulo/internet/Videojuegos/Espana/juega/mucho/fabrica/poco/elporte/c/20061011elpepunit_1/Tes)> Fecha de consulta: 4/11/2006



DÍAZ, Diana. "The Video Game Translator Wishlist". (2005).  
<[http://www.gamasutra.com/features/20050615/monton\\_01.shtml](http://www.gamasutra.com/features/20050615/monton_01.shtml)> Fecha de consulta:  
23/9/2006

MOZILLA.ORG. (2005). "Mozilla Internationalization & Localization Guidelines".  
<<http://www.mozilla.org/docs/refList/i18n/>> Fecha de consulta: 3/3/2007

SERRANO, Pedro, Juan ORTIZ e Iván CARMONA. (2006). *Estudio de hábitos y usos de los videojuegos. Fase omnibus*. [http://www.adese.es/pdf/InformeOMNIBUS\\_2006.pdf](http://www.adese.es/pdf/InformeOMNIBUS_2006.pdf). Fecha de consulta: 16/09/2007