

ISSN: 1579-9794

**Una aproximación al intertexto videolúdico. El caso de
*Leisure Suit Larry: Reloaded***

**Approaching intertextuality on entertainment software.
Case study of *Leisure Suit Larry: Reloaded***

CARLA BOTELLA TEJERA
cbotella@ua.es
Universidad de Alicante

RAMÓN MÉNDEZ GONZÁLEZ
rmendez@uvigo.es
Universidad de Vigo

Fecha de recepción: 30 de octubre de 2018

Fecha de aceptación: 10 de enero de 2020

Resumen: Los textos audiovisuales suelen recurrir a menudo al uso de la intertextualidad, en ocasiones con una finalidad humorística, otras a modo de homenaje o evocación del recuerdo, entre muchas otras funciones. La intertextualidad audiovisual da lugar a un sinfín de posibilidades que solemos encontrar al darse cruces de personajes y elementos de producciones previas, contemporáneas o incluso futuras. Este fenómeno se observa constantemente en los videojuegos, en los que se producen transvases culturales de todo tipo. En este artículo nos acercaremos al juego *Leisure Suit Larry: Reloaded*, fuente de abundantes referencias, para estudiar las características del intertexto videolúdico presente en él. Mediante el estudio de ejemplos que contengan referencias intertextuales y apoyados en análisis descriptivos previos propios y ajenos, estudiaremos sus características y particularidades. De esta manera, podremos ver las diferencias con la intertextualidad audiovisual y la literaria y descubriremos cómo se articulan las fases de su proceso de traducción.

Palabras clave: Intertexto videolúdico, Traspase cultural, Referencias, TAV

Abstract: Intertextuality is a common element in every audiovisual media. Sometimes it is used in a comical way, but it can also be used as a tribute or with the objective of recalling a memory, among others. Audiovisual intertextuality opens up an unlimited number of possibilities thanks to the crossover of characters and elements from other past, contemporary or even future works. This phenomenon is a constant in videogames, where we can find several kinds of cultural transfer. In this paper, we will analyze the

videogame *Leisure Suit Larry: Reloaded*, as it has many references and it is a good case study to see which are the main characteristics of intertextuality in entertainment software. We will take several examples with intertextual references and, using previous descriptive analysis, we will study their main characteristics and their distinctive features. This way, we will be able to see the differences with intertextuality in audiovisual and literary works, and we will find out in which way the translation process is different from one media to another.

Keywords: Intertextuality, Videogames, Cultural transfer, References, Audiovisual translation

INTRODUCCIÓN

La intertextualidad es la responsable de que los textos dialoguen entre ellos, interactúen y se relacionen. El terreno audiovisual es, además, un excelente caldo de cultivo para los cruces de referencias culturales de todo tipo. Nos referimos, por lo tanto, a textos simbióticos que, como nos dice Rabadán (2001: 32), son aquellos que «se apropian de personajes, situaciones, modelos, diálogos, etc. procedentes de otros textos previos y los funden y/o transforman en un nuevo producto».

En los últimos años, por ejemplo, estamos asistiendo a estrenos constantes de producciones audiovisuales sobre superhéroes. En este caso, los cómics son la fuente primaria, pero, con el creciente interés por estos personajes, los cruces también se producen entre películas, series e incluso videojuegos. Y es que somos testigos de la creación audiovisual de universos compartidos en los que las referencias a otras obras y personajes son constantes. El último ejemplo en cine lo hemos vivido con el exitoso estreno de *Avengers: Endgame* (Anthony Russo, Joe Russo, 2019) en cuyo metraje aparecían los personajes del universo Marvel que habían gozado de protagonismo en películas propias en las que ya se habían dado numerosos cruces. De hecho, todo esto ha generado una jerga capaz de cubrir las diferentes posibilidades de relación de producciones y personajes. Curiosamente, al ser una jerga plagada de anglicismos (*crossover*, *spin-off*, *reboot*, etc.), hemos llegado a observar un esfuerzo por parte de la Fundación del Español Urgente (FUNDÉU) para conseguir una terminología propia en nuestro idioma («cruce», «recreación o reinención» y «serie derivada», etc.).

En el caso de estos superhéroes, las plataformas de vídeo bajo demanda (*video on demand* o VoD), y más concretamente Netflix, también han apostado por producir series en las que se observa el mismo fenómeno

y para las que, en algunos casos, ya se contaba con un largometraje anterior. *The Defenders* (Douglas Petrie, Marco Ramirez, 2017) es un buen ejemplo de ello, puesto que reúne a cuatro personajes a los que se había desarrollado en sus respectivas series durante los años anteriores (y posteriores) a su estreno.

De todas formas, tampoco podemos decir que se trate de un fenómeno nuevo. Parece que en el plano académico fue Marsha Kinder ya en 1991 la que acuñó el término *transmedia* para hablar de los fenómenos que se dan en las franquicias de entretenimiento. La autora mencionaba, entre otros, el caso de *Las tortugas ninja* y, muy relacionado con este artículo, el de los productos de Nintendo. Repasaba además cuestiones relacionadas con la «intertextualidad *transmedia*», fenómeno que a la fuerza tenía que producirse al entablarse historias comunes en diferentes medios. Más adelante, Henry Jenkins (2003) desarrollaría el concepto y vaticinaría la situación que hoy ya casi nos resulta normal, anunciando que entrábamos en un momento en el que el intercambio de contenidos entre múltiples canales era ya casi inevitable. El autor ponía ejemplos de algunas franquicias como *Star Wars* o de videojuegos que saltaron a la gran pantalla, como es el caso de *Tomb Raider*. En aquel momento se había estrenado la película *Lara Croft: Tomb Raider* (Simon West, 2001), basada en la popular serie de videojuegos. Su secuela se estrenaría poco después (Jan de Bont, 2003). Curiosamente, en 2018 se estrenó *Tomb Raider* (Roar Uthaug, 2018), basada en el noveno videojuego de esa serie, que vio la luz en 2013.

Del mismo modo, retomando el tema anteriormente comentado de los superhéroes Marvel, en 2018 se puso a la venta un videojuego de *Spider-Man* (Insomniac Games, 2018) que expande el universo arácnido más allá del cómic y la pantalla para poner al usuario en la piel de Peter Parker. Un caso especialmente interesante, porque la intertextualidad cierra el círculo cuando el Spiderman del juego de Insomniac Games hace un cameo en la película *Spider-Man: Into the Spider-Verse* (Bob Persichetti, Peter Ramsey, Rodney Rothman, 2018), precisamente una cinta en la que se fusionan varios universos arácnidos de la longeva trayectoria del personaje en diferentes medios. Todo este ciclo pone de manifiesto la presencia cada vez mayor de los videojuegos a la hora de crear historias y universos, hasta el punto de que no solo referencian diversas obras (de forma directa, si se trata de un producto franquiciado, o de forma indirecta con simples guiños o referencias), sino que las propias producciones videolúdicas pueden convertirse en sí mismas en la referencia intertextual que se recupera en otras producciones. En este caso, fue especialmente reseñable también la película *Rompe Ralph* (Rich Moore, 2012), que durante sus 101 minutos de

duración nos presenta un sinfín de referencias intertextuales a la industria del videojuego, ya sea con la aparición de personajes famosos (como Sonic, Zangief o Q*Bert) o con guiños constantes al lenguaje propio de los jugadores. El éxito de la cinta fue tal que, siguiendo el mismo esquema referencial, en 2018 llegó a la pantalla su segunda parte: *Ralph rompe Internet* (Phil Johnston, Rich Moore, 2018).

Volviendo un poco atrás, y dejando a un lado los cómics y otros productos franquicia, seguimos encontrando referencias intertextuales en muchos largometrajes y series en el medio audiovisual. Las producciones de animación, tanto las pensadas para un público infantil como las dirigidas a un público adulto, suelen hacer guiños, casi siempre pensados para los más mayores, pero en ocasiones, también en busca de la complicidad con los niños. Las cómicas, por su parte, recurren con frecuencia a la intertextualidad, ya que es un claro mecanismo de creación humorística que normalmente apela a la memoria del espectador y del conocimiento compartido con él en busca de la carcajada.

Por otro lado, la publicidad recurre constantemente a las referencias culturales, como después el resto de las producciones audiovisuales beben de los textos publicitarios, sus pegadizos eslóganes, los productos anunciados, etc.

En cualquier caso, todo texto audiovisual puede recurrir a las referencias a otras obras, cuestiones culturales o personajes reconocibles. Y, obviamente, no todos estos referentes tendrán que provenir necesariamente del medio audiovisual. La literatura, desde la más clásica hasta el cómic, como ya hemos visto, será fuente de inagotables referencias en este medio. La comprensión de las mismas, independientemente de su procedencia, dependerá siempre de la capacidad interpretativa del espectador y de otra serie de factores que, como en todo proceso comunicativo, dependerán en primera instancia de los conocimientos compartidos por el «emisor» y el «receptor».

Cabe mencionar, sin embargo, que, como veremos en los apartados siguientes, se ha estudiado en profundidad el intertexto audiovisual, pero centrándose en el cine y las series. En este artículo y a partir de una metodología descriptiva pretendemos acercarnos a la traducción del videojuego *Leisure Suit Larry: Reloaded* para, partiendo de nuestro análisis descriptivo de los ejemplos que contengan referencias intertextuales, tratar de trazar unas características distintivas y propias del intertexto videolúdico. La razón de haber elegido este producto en cuestión es que, como veremos en su análisis, recurre con frecuencia al humor intertextual y a los diferentes transvases culturales. Motivos que nos resultan muy interesantes para este

primer acercamiento a un tipo de producciones con una importancia cada vez más notable en el campo audiovisual.

1. EL INTERTEXTO AUDIOVISUAL

El estudio del intertexto audiovisual ha suscitado gran interés académico en los últimos años, tanto en nuestro país, como fuera de sus fronteras (Agost, 1998, 1999; Allen, 2000; Meinhof y Smith, 2000; Harris, 2003; Lorenzo 2005; Martínez Sierra, 2004, 2008; Botella Tejera, 2010, 2012a, 2012b, 2017; Lorenzo y Pereira, 2012; Lorenzo y Rodríguez, 2015; López González, 2015; De los Reyes, 2017...). Hasta entonces, y gracias a las aportaciones pioneras de autores como Kristeva o Barthes, el acercamiento había sido al intertexto literario.

Para explicar mejor lo que entendemos por el término «intertextualidad audiovisual», merece la pena rescatar la definición que nos ofrece Agost (1999: 103), quien la entiende como «la aparición en un texto de referencias a otros textos (orales o escritos, anteriores o contemporáneos)». Sin embargo, nos gustaría matizar que, en nuestra opinión, dichas referencias también podrán ser a textos futuros, como ocurre por ejemplo en la película *Zootrópolis* (Byron Howard, Rich Moore y Jared Bush, 2016), cuando en una secuencia de la misma los protagonistas se encontraban con un personaje que vendía películas de la productora, algunas ya estrenadas y otras todavía por estrenar. Incluso se daba el caso de que aparecía una que nunca llegó a estrenarse. El elemento humorístico en esas referencias se basaba también en los títulos de todos esos largometrajes, ya que en todos los casos se producían juegos de palabras en los que se introducían animales, jugando con la temática y los personajes de *Zootrópolis*. (Botella Tejera y García Celades, 2019: 178)

Por otra parte, lo primero a tener en cuenta como característica diferenciadora es que el intertexto audiovisual llegará a nosotros simultáneamente a través del canal acústico y visual haciendo uso de los diferentes códigos de significación. Esto sucede porque, tal y como nos aclara Chaume (2004: 16) en los textos audiovisuales se da una «confluencia e interacción entre oralidad y escritura [...] así como la confluencia e interacción del código lingüístico con otros códigos de significación». Por ello, el mismo autor (2004: 30) entiende que dichos textos nos llegarán «a través de dos canales de comunicación que transmiten significados codificados de manera simultánea: el canal acústico [...] y el canal visual [...]». Además, la imagen, a menudo en movimiento, lo cambiará todo, pues cualquier manifestación lingüística quedará subordinada a la misma. De hecho, aun sin la presencia del código

lingüístico, la imagen podrá ser en sí misma portadora de intertextualidad. Y es que, como sabemos, es frecuente recrear escenas, escenarios o simples objetos que aparecían en otras producciones. El código musical, por su parte, también podrá evocar otras situaciones ajenas a las de un producto audiovisual y transportarnos a otros lugares, a algún referente concreto que podrá ser más o menos familiar para los espectadores en función del conocimiento previo y compartido al que hacíamos mención previamente y que Mendoza Fillola llamaba «intertexto lector» en literatura (2001, 2003). Sobre la música referencial, recomendamos el artículo de De los Reyes (2017), quien precisamente analiza el papel de la misma en los largometrajes de animación.

A pesar de la simultaneidad de la recepción del intertexto audiovisual, es importante matizar que, en ocasiones, además de la únicamente visual que ya hemos descrito, la intertextualidad podrá ser puramente lingüística, como se da en los títulos de episodios de series o películas. En muchos casos, sobre todo en los títulos de episodios, la intertextualidad en el título podrá anunciar una posible presencia de referencias a lo largo del episodio en cuestión.

2. EL INTERTEXTO AUDIOVISUAL VIDEOLÚDICO

Las nuevas tecnologías están revolucionando el mundo del ocio y, con ello, la propia percepción que tenemos del mundo que nos rodea. Sobre todo, el ámbito de la traducción audiovisual y multimedia (TAM)¹ posee en la actualidad una dimensión multisemiótica en la que infinidad de factores componen el mensaje. Este ámbito ha sido estudiado por números académicos a lo largo de los últimos años (Bernal Merino, 2007, 2008, 2011, 2015, 2018; Calvo-Ferrer, 2012; Chandler, 2005; Dunne, 2006; Fernández Costales, 2011, 2012, 2014; Gros Salvat 2008; Lepre 2015; Mejías-Climent, 2019; Méndez González, 2012, 2013, 2014a, 2014b, 2014c, 2015, 2017, 2019; O'Hagan y Chandler, 2016; O'Hagan, 2009, 2015; Seljan y Katalinić, 2017; Yuste Frías, 2012, 2014; Zabalbeascoa, 2008; entre muchos otros), con estudios que ofrecen diversos enfoques de la cuestión que dejan patente que aún queda mucho trabajo por delante en este ámbito.

¹ En este sentido, recomendamos la revisión terminológica que lleva a cabo Chaume en 2013. En ella el autor comenta que en la actualidad parece que el término más aceptado en Europa es el de *audiovisual translation* (traducción audiovisual), aunque hace un repaso histórico a otras posibles denominaciones. Del mismo modo, sugerimos la lectura de Chaume (2018) en la que se asiste al proceso de redefinición de la disciplina para incluir a los procesos de localización, como los que se dan en los videojuegos, la transcreación, los proyectos transmedia, etc. En ese caso, la TAV englobaría todo lo que en este artículo se recoge.

No obstante, todos ellos coinciden en una serie de aspectos clave inherentes al propio videojuego, tales como la anteriormente citada dimensión multisemiótica a la hora de transmitir el mensaje.

En pantalla hay multiplicidad de códigos y de signos, por mucho que se intente privilegiar lo verbal en toda traducción. La lectura, interpretación y traducción de toda producción audiovisual depende del grado de comprensión de la red de sentido que se teje entre el lenguaje verbal, las imágenes, la música, los sonidos, los colores, el ritmo y de todo lo que se ve y escucha en pantalla (Yuste Frías, 2011).

Traducir para la pantalla (sea cine, televisión, videojuegos, sitios web, etcétera) no debería poder concebirse nunca, única y exclusivamente, como un proceso puramente interlingüístico del texto que se escucha o se lee en pantalla, ya que se trata de un conjunto de procesos intersemióticos y multisemióticos de los múltiples textos y paratextos que lo componen. Los videojuegos, como producción multimedia y, por tanto, multisemiótica, requieren prestar una atención especial a todos los elementos que los componen durante el proceso de localización. La traducción audiovisual y multimedia (TAM) es, por tanto, un campo más amplio que el de la traducción audiovisual (TAV), ya que abarca también programas multimedia propios de todo tipo de pantallas (ordenador, consolas portátiles, teléfonos móviles...) (Agost, 2005). Aunque tal vez no sea suficiente con esta nueva concepción, sí que está más próxima a lo que supone trabajar con un videojuego. El propio mercado empieza a evidenciar la necesidad de trabajar con materiales multisemióticos en pantalla, en los que la pareja texto-imagen construya distintas entidades iconotextuales mestizas (Yuste Frías, 2006) para transmitir sentido.

En un videojuego, el mensaje se transmite por los canales visual y acústico, tal y como ocurre con las producciones audiovisuales, pero también a través de otros sentidos. En la actualidad, los videojuegos no se centran única y exclusivamente en la interactividad (que, para bien o para mal, es el nexo común de la totalidad de producciones de ocio electrónico) y estudiosos del tema, como sería el caso de Newman (2005: 11), destacan que todo videojuego actual consta de cinco elementos esenciales: gráficos, sonido, interfaz, jugabilidad e historia, siendo necesario encontrar el equilibrio entre todos ellos para que el producto funcione adecuadamente. En esta misma línea, Trabattoni (2014: 12) destaca que los videojuegos son complejas construcciones de signos y símbolos porque son, al mismo tiempo, textos sincréticos (Greimas y Courtés, 1979) y textos interactivos.

Maietti (2004) intenta crear una clasificación de la textualidad de los videojuegos en la que la interacción y la narración son las dos dimensiones

básicas que constituyen el videojuego (Méndez González, 2017). El autor parte de los textos individuales y da una gran importancia al esquema narrativo canónico para crear un modelo de videojuego que se dividiría en texto secuencial, hipertexto discreto, hipertexto denso y texto secuencia final. Esto nos plantea abundantes situaciones en las que el videojuego presenta capas textuales (entendiendo «capa» como cada uno de los códigos que se superponen y entrelazan para crear el todo que es el producto final) cargadas de significado para transmitir al usuario un mensaje más profundo de lo que podría parecer desde un prisma eminentemente ludológico, lo cual da pie a nuevas perspectivas como la capacidad del videojuego para paratraducir la realidad y convertirse en un reflejo virtual de la misma (Méndez González, 2015). De hecho, dentro de esa necesidad de que todas las partes funcionen al mismo nivel para crear un todo cohesionado y funcional, el propio Maietti (2004: 73-74) destaca que los videojuegos están sometidos a un régimen textual formado por un binomio, cuyo primer elemento sería una dimensión textual coherente e isotópica, en la que el usuario recibe un papel simulado que va construyendo y eligiendo lo que quiere hacer en cada momento. El segundo elemento sería puramente metalingüístico, ya que establece las condiciones de accesibilidad del primer elemento. Es decir, se marcarían las leyes de la relación del usuario con el elemento textual, de tal modo que el jugador tiene que comprender las reglas del régimen metalingüístico para poder abrazar las diversas capas del mensaje textual inherente que se le quiere hacer llegar (Méndez González, 2020).

Como decíamos antes, el videojuego llega al usuario a través de todos los sentidos, siendo uno de los elementos más destacados el mando de control, que se presenta como una nueva forma de conectarse al universo presentado en pantalla y, como tal, se convierte en un nuevo vínculo entre el usuario y el producto (López Redondo, 2014). Por ilustrarlo con un ejemplo, en *Metal Gear Solid* (Konami, 1998), el jugador no solo recibía el estímulo a través de la vista y el oído, sino también a través del mando. Dicho juego nos dejaba detalles como que el mando vibrase al apuntar si el personaje estaba nervioso, lo cual dificultaba la labor de disparar; o, por ejemplo, que el personaje se tranquilizase al tomar una medicación, lo cual permitirá que la respuesta del mando fuese más suave. En ese mismo juego, también destacaba un enfrentamiento contra un jefe final, el cual se presentaba como un enemigo con capacidades psíquicas y sorprendía al jugador al adivinar a qué otros juegos habían estado jugando (el juego leía la tarjeta de memoria para obtener esta información, siempre y cuando hubiese datos guardados de otros juegos de la compañía). Otro caso interesante de la nueva forma de interactuar y producir sensaciones de los videojuegos lo encontramos en *Brothers: A Tale of Two Sons*

(Starbreeze Studios, 2013). En esta producción controlamos a dos hermanos y la particularidad radicaba en que debíamos controlarlos a la vez. El lado izquierdo del mando (*joystick* izquierdo, cruceta y gatillos izquierdos) corresponde a un hermano y el lado derecho (*joystick* derecho, botones y gatillos derechos) se usa para controlar al otro hermano. La colaboración entre los dos hermanos es fundamental en todo momento, de tal modo que el jugador tiene que dividir la mente en izquierda y derecha para controlar a ambos personajes a la vez; también se podía cooperar con otro jugador compartiendo la experiencia al controlar cada uno a uno de los dos hermanos con una mitad del mando. Lo especialmente interesante, en este aspecto, es que en los últimos compases del juego uno de los hermanos muere y, de repente, la mitad del mando y de nuestra mente se quedan inservibles. El hermano superviviente tiene que hacer el doble de esfuerzo él solo a partir de ese punto y el propio jugador siente a través del mando cómo ha perdido a una de sus mitades.

A la hora de transmitir el mensaje, el texto audiovisual videolúdico tiene más vías de comunicarse con el jugador y, por tanto, el referente intertextual puede estar tan centrado en el público receptor que, como en el caso que comentábamos antes de *Metal Gear Solid*, la referencia puede extraerse de unos datos de guardado para personalizarla lo más posible de cara al jugador.

Tal y como hemos explicado en este mismo artículo, así como en otras investigaciones anteriores (Méndez González, 2016), las creaciones de ocio electrónico no solo se convierten en un nuevo elemento cultural a tener en cuenta y que pueda ser referenciado, sino que también son propensas a recibir abundantes referencias intertextuales. Por ejemplo, están los casos en los que el elemento cultural es referenciado directamente, ya sea como guiño o porque tiene importancia dentro del contexto en el que se presenta. En la franquicia *Yakuza* (Sega, 2006), el personaje vive en un barrio ficticio de Tokio, lo cual no impedía que a lo largo de la aventura visitase lugares reales y pudiese entrar, por ejemplo, en una tienda a comprar productos reales (licores, comida, revistas...). Todo esto no deja de ser una forma de publicidad que acerca el producto al usuario al hacerlo más reconocible en su día a día. Este intertexto publicitario es bastante habitual y permite financiar los elevados costes de desarrollo. Tal es así, que no es extraño que juegos como *FIFA* (Electronic Arts, 1994-actualidad) o *Forza Motorsport* (Turn 10 Studios, 2005-actualidad) aprovechen marcas del mundo real para lucir su publicidad en el campo o en los circuitos; algo que, además, se antoja natural para el usuario, dado que en la vida real lo habitual suele ser encontrarse diversas formas de publicidad en esta clase de acontecimientos deportivos.

En los productos audiovisuales videolúdicos, el intertexto puede estar referenciado de tantas maneras diferentes que requiere atención especial por parte de los profesionales de la traducción. Sobre todo, cuando la referencia es a otras producciones jugables, algo bastante habitual en esta industria. Por ejemplo, en *Duke Nukem 3D* (3D Realms, 1996) hay una referencia intertextual videolúdica a *Doom* (id Software, 1993), en la que el personaje se encuentra a un marine espacial muerto, que es exactamente igual al de *Doom* (código visual), y hace el comentario «That's one Doomed space marine» (canal acústico).

3. TRANSVASES CULTURALES AUDIOVISUALES: UNA PROPUESTA INTEGRADORA

Tal y como se ha venido comentando, son muchos y muy variados los diferentes transvases que se producen entre los distintos productos y medios audiovisuales. En su momento, la clasificación de Segovia (1998: 173) ponía de manifiesto cuatro tipos de transvases culturales de naturaleza puramente audiovisual: a) del cine al cine; b) de la televisión a la televisión; c) de la televisión al cine y d) del cine a la televisión. A partir de esa enumeración podemos enmarcar ya muchas de las situaciones que hemos ido mencionando a lo largo de este artículo. Sin embargo, se trata de una clasificación muy general y que no contempla nuevas plataformas audiovisuales ni otros transvases mixtos. La clasificación de Botella Tejera (2012a: 101) incorporaba otros cuatro transvases culturales audiovisuales: e) del cine al videojuego; f) del videojuego al cine; g) de la televisión al videojuego y h) del videojuego a la televisión. Por otra parte, la autora contemplaba también otros intercambios híbridos que podrían darse desde o hasta el cómic, la novela o el teatro.

Hoy en día, con la llegada masiva de plataformas de VoD quizá habría que rehacer esas clasificaciones y aumentar las posibles variables de los transvases, teniendo en cuenta además la proliferación de la TAM. Para comenzar, y para huir del término «televisión» que, hoy en día empieza a quedar obsoleto, quizá merecería la pena matizar e integrar todas las posibles opciones. Nos parece, entonces, que tendría sentido elaborar una nueva clasificación de los principales transvases culturales audiovisuales que contemplara:

1) desde el cine

- a) del cine al cine
- b) del cine a las series
- c) del cine a la publicidad
- d) del cine a los videojuegos

- e) del cine al cómic
- f) del cine a las novelas

2) desde las series

- a) de las series a las series
- b) de las series al cine
- c) de las series a la publicidad
- d) de las series a los videojuegos
- e) de las series al cómic
- f) de las series a las novelas

3) desde la publicidad

- a) de la publicidad a la publicidad
- b) de la publicidad al cine
- c) de la publicidad a las series
- d) de la publicidad a los videojuegos
- e) de la publicidad al cómic
- f) de la publicidad a las novelas

4) desde los videojuegos

- a) del videojuego al videojuego
- b) del videojuego al cine
- c) del videojuego a las series
- d) del videojuego a la publicidad
- e) del videojuego al cómic
- f) del videojuego a las novelas

Podríamos elaborar otros puntos cuyas fuentes referenciales no fueran audiovisuales. Por ejemplo:

5) desde el cómic

- a) del cómic al cómic
- b) del cómic al cine
- c) del cómic a las series
- d) del cómic a la publicidad
- e) del cómic a las novelas
- f) del cómic al teatro

6) desde las novelas

- a) de las novelas a las novelas
- b) de las novelas al cine
- c) de las novelas a las series

- d) de las novelas a la publicidad
- e) de las novelas al cómic
- f) de las novelas al teatro

Evidentemente, algunos transvases no son tan frecuentes y apenas se producen, pero podrían darse y habrían de tenerse en cuenta. Por otra parte, habría que mencionar también los programas de entretenimiento y los de telerrealidad. Muchos no se traducen, otros sí, a menudo recurriendo a la modalidad de voces superpuestas. Sin embargo, la popularidad de este tipo de espectáculos hace que puedan saltar fácilmente a otros productos audiovisuales, dándose referencias al contenido de los mismos o a sus personajes. Por lo tanto, no podemos dejar de mencionarlos. En este caso, sin duda, supondrían un gran reto de traducción por el más que posible desconocimiento de las referencias para el nuevo público receptor.

Finalmente, es interesante comentar que hoy en día resulta muy habitual ver saltos y cruces frecuentes de un tipo de producción a otra. El siguiente ejemplo sobre Daredevil aclara bastante las infinitas posibilidades de cruces a los que venimos asistiendo:

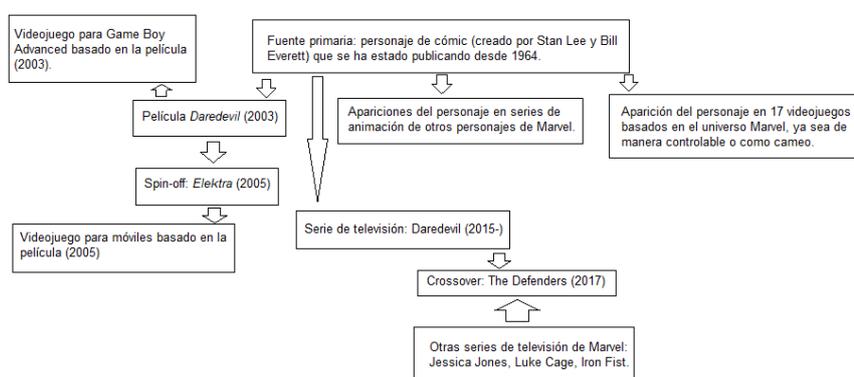


Imagen 1: El caso de Daredevil

4. LA TRADUCCIÓN DEL INTERTEXTO AUDIOVISUAL: FASES DEL PROCESO

La traducción de la intertextualidad audiovisual es un proceso complejo que requiere de diferentes factores y fases que procedemos a describir a lo largo de este punto.

Para Botella Tejera (2010, 2012a, 2012b, 2017) la primera fase del proceso de traducción intertextual es la de detección de las referencias. Es en este momento cuando el traductor debe tratar de buscar las «señales intertextuales» que pongan en marcha el proceso de búsqueda intertextual (Hatim y Mason 1995: 74). En el terreno audiovisual, y basándose en las producciones de animación, la autora divide entre las siguientes atendiendo a los códigos y canales a través de los que llegan a nosotros (2017: 91):

A través del canal visual:

- a) Código lingüístico aislado: los títulos de capítulos de series o de películas pueden contener intertextualidad y servir como guía al traductor.
- b) Código lingüístico acompañado de una imagen: una frase o cita textual que pronuncia un personaje viene acompañada por otras referencias visuales o por el uso de personajes de un largometraje o serie referenciados. El caso de los dibujos animados resulta especialmente interesante, ya que, con mayor facilidad, pueden aparecer dibujados personajes o escenarios referenciales.

A través del canal acústico o auditivo:

- a) Código lingüístico acompañado de alteraciones en la inflexión verbal de los personajes: el hecho de que un personaje altere su voz de algún modo puede resultar un indicio del uso de una referencia. En el caso de series de dibujos y películas de animación, que un actor famoso preste su voz a un personaje puede ser indicador del uso de intertextos.
- b) Código lingüístico acompañado de música: el hecho de recurrir a una canción representativa de la banda sonora de un largometraje o producción audiovisual pueden alertar al traductor del posible uso de una referencia.

Por desgracia, no siempre encontraremos señales que acompañen a las referencias y hagan que podamos estar alerta. En esos casos, el traductor dependerá por completo de su conocimiento previo, basado en sus experiencias y en su intuición. Evidentemente, cuanto más compartido con el emisor sea ese conocimiento (por edad, cultura, fama, etc.), más fácilmente reconocibles podrán resultarles las referencias.

Una vez detectadas las referencias, habría que pasar a la fase de documentación, ya que, como nos dice Agost (1998: 226), cuando las referencias que aparecen en un texto audiovisual son famosas, también suelen tener una traducción famosa, conocida y esperada por los espectadores.

Llegados a la fase de traducción, Lorenzo (2005: 142) explica que hay que respetar el contenido y la función del original y propone tres opciones diferentes: a) retener el intertexto siempre que sea posible; b) sustituirlo por uno más conocido o c) neutralizarlo si resulta opaco.

Pero todavía hay más cuestiones que hemos de contemplar. Martínez Sierra (2004: 170), por su parte, nos dice que en el proceso de traducción de la intertextualidad hay que tener en cuenta los siguientes factores:

- a) Factores profesionales (cliente y encargo de traducción).
- b) El destinatario, su competencia y sus expectativas.
- c) La interacción entre las tres dimensiones del contexto (pragmática, semiótica y comunicativa).
- d) La sincronía, característica definitoria del doblaje.

Hoy en día, quizá el cliente sea el principal factor, sobre todo cuando se trata de franquicias y grandes productoras. Más allá de que sean referencias conocidas o de que haya o no problemas con el ajuste de una determinada referencia, el marketing relacionado con el producto es el que probablemente marque el camino a seguir por el traductor. Esa es la razón por la que muchos nombres de personajes con una traducción reconocida y establecida en nuestro idioma estén pasando a adoptar el nombre original a pesar de perder esa traducción ya famosa de la que hablaba Agost (1998: 226).

5. LA TRADUCCIÓN DEL INTERTEXTO AUDIOVISUAL VIDEOLÚDICO

A la hora de reconocer el referente intertextual en un videojuego, los aspectos básicos se mantienen con respecto a los de la traducción audiovisual, pero se añaden capas de complejidad adicionales según las características particulares del propio producto y la relación que se establezca entre el usuario y la aventura que se le presenta en pantalla. Para empezar, porque la imagen en traducción audiovisual y videolúdica no es un simple signo, sino que se convierte en un símbolo, en un elemento paratextual esencial en la construcción del sentido que mantiene una relación intersemiótica con el texto y cuyas características semióticas propias influyen en el propio proceso de traducción (Yuste Frías, 2014). Por tanto, al listado de cuestiones anteriormente citado y propuesto por Martínez Sierra (2004: 170) para el ámbito audiovisual, habría que añadirle una consideración fundamental para el terreno videolúdico: la interacción que tenga el usuario con el producto que se le presenta. Es decir, ¿cuál es el medio a través del que se transmite el intertexto referencial?

En *Nier* (Square Enix, 2010), cada mazmorra que afronta el jugador es una referencia a un estilo de juego muy marcado de otros productos. Por ejemplo, hay una zona que emula la mansión y el sistema de juego de *Resident Evil* (Capcom, 1996); otra zona que imita el planteamiento de la franquicia *Zelda* (Nintendo, 1986-), con sus mazmorras y búsqueda de llaves y tesoros; u otra zona en la que el juego se convierte en una aventura de texto y el jugador tiene que tomar sus propias decisiones como si de un libro de *Elige tu propia aventura* se tratase. Todo esto son elementos referenciales que se transmiten a través de todas las posibles capas semióticas del videojuego (Trabattoni, 2014; Maietti, 2004; López Redondo, 2014):

- a) el canal visual: los elementos visuales del juego imitan aquellos del producto que referencian;
- b) el canal auditivo: tanto la banda sonora como los efectos de sonido dejan guiños a aquellos referenciados, pero sin arriesgarse a incurrir en problemas de *copyright*;
- c) el canal sensitivo: el sistema de juego que se transmite a través del mando emula también el de los productos referenciados;

A estos tres canales habría que añadirles una capa adicional, la del código textual, el cual se puede transmitir tanto a través del canal visual (con el texto) como a través del canal auditivo (con el doblaje). La complejidad adicional en este tipo de producciones multirreferenciales se encuentra en el hecho de que el texto, que podría parecer sencillo en una primera toma de contacto, en casos como el de *Nier* está referenciando también diálogos y haciendo comentarios paródicos sobre los juegos en cuyo espejo se mira. Detalles que no son del todo perceptibles de no ser por el conjunto completo que se le transmite al jugador en pantalla. A la hora de traducir el producto videolúdico, nos encontramos la necesidad de comprender bien quién es el receptor del mismo y la función que está desempeñando la referencia dentro de la producción (siguiendo la línea de Martínez Sierra, 2004: 170).

Es aquí donde hay tener claros los límites del proceso domesticador en una obra videolúdica, ya que la domesticación no debe perder de vista, en ningún momento, la propia cultura del videojuego y el entorno en el que se plantea la narración. Por lo general, el proceso domesticador responde a necesidades culturales concretas (Venuti, 1995: 37); sin embargo, como decíamos antes, el videojuego es un producto multimodal con diversas códigos lingüísticos e icónicos que se transmiten al mismo tiempo al jugador. En muchas ocasiones, la dinámica domesticadora se consideraría una dinámica válida y recomendable, en la que el traductor ofrecería la mayor fluidez posible en la lengua meta (Crystal, 1987: 344) e incluso

exportaría convenciones, modelos de sensibilidad y géneros expresivos que todavía no existen en su lengua y cultura (Steiner, 1992: 370-372).

No obstante, el resultado de la traducción no dependerá exclusivamente de las decisiones del traductor, sino que será una combinación de varios factores entre los que se incluyen las experiencias y expectativas del público receptor (Papargyriou, 2004:191). En este aspecto, los videojuegos pueden aportar complejidades adicionales que deban tenerse en cuenta. A diferencia de otros productos de ocio, un videojuego es un intrincado mecanismo de relojería, compuesto por infinidad de elementos que deben funcionar a la perfección por sí solos para que el producto final pueda funcionar como un todo. Precisamente, uno de esos elementos es la propia localización del producto, algo que bebe tanto de la cultura de los creadores que el propio videojuego se acaba convirtiendo en un referente cultural constante.

Cada vez que los localizadores se ponen a trabajar en un videojuego, la pareja texto-imagen conforma una relación intersemiótica en la que el profesional trabaja con estructuras de sentido construidas al mismo tiempo y en el mismo espacio por el texto y la imagen. Aunque en la práctica profesional se suelen separar (fundamentalmente, debido al hecho de que la imagen todavía no existe como tal cuando se empieza a localizar el producto), tanto el texto como la imagen participan en la construcción del mensaje legible y visible (Méndez González, 2016) y crean una relación intersemiótica en la que dicha pareja texto/imagen no es una mezcla fusionada ni un conjunto híbrido, sino que mantienen sus identidades semióticas sin renunciar ni un ápice a las mismas porque ha habido un mestizaje estético y semiótico de lo textual y lo icónico (Yuste Frías, 2006: 269-272).

Del mismo modo que ocurre con un texto audiovisual tradicional, el localizador de videojuegos ha de prestar atención a todas las señales intertextuales y, a partir de ellas, iniciar una fase de documentación en la que saber localizar el referente y saber adaptarlo correctamente para no caer en problemas iconotextuales similares a los citados anteriormente. Martínez Sierra (2004) destacaba que, a la hora de enfrentarse a intertextos en la traducción para el doblaje, había que tener en cuenta factores profesionales, el destinatario (junto con sus competencias y expectativas), la interacción entre las tres dimensiones del contexto (pragmática, semiótica y comunicativa) y la sincronía. Partiendo siempre de estos pilares, también aplicables a la mayoría de los videojuegos, ofrecemos la siguiente sugerencia de trabajo con referentes. Esta clasificación se fundamenta en la propia experiencia y en estudios previos como Méndez González (2017), Yuste Frías (2011) o Trabattoni (2014):

- a) Juego ambientado en un mundo ficticio, con nombres de personajes y lugares que son un referente en sí mismos: adaptación total de los referentes. Es un mundo ficticio y, sobre todo si el juego se basa en el humor, hay que trasladar completamente la intencionalidad del original al usuario de la lengua meta.
- b) Juego serio con algunos referentes puntuales: respetar el original tanto como sea posible, ya que el referente tiene cabida en un contexto muy concreto y alejarse mucho de él puede suponer una pérdida de sentido.
- c) Juego de ambientación real con un abundante uso de referentes: se recomienda respetar el original dentro de unos límites, pero adaptando siempre que pueda. Por ejemplo, si el juego está ambientado en Estados Unidos y se hace referencia a un elemento cultural muy desconocido en España, se recomienda el cambio a otro elemento cultural estadounidense que sea más conocido en nuestro país, pero sin caer en la sobretraducción.
- d) Referentes transmitidos dentro de juegos de palabras o adivinanzas que el usuario tendrá que resolver para avanzar: adaptación dentro de lo que permitan los límites de la situación. Si el referente con el que se está jugando es importante, se recomienda respetar el referente (de ser posible) o cambiarlo por otro y modificar todo el juego según sea necesario para que el nuevo referente siga teniendo la misma vigencia que el original.
- e) Intrarreferencias recurrentes: al trabajar sin contexto y con archivos separados, es posible que se pasen por alto y se pierdan las intrarreferencias recurrentes. Debe respetarse la primera traducción siempre que se repita, para que el referente se traslade adecuadamente también a la versión localizada. Esto también es aplicable a cuando la referencia pertenece a alguna otra producción previamente traducida.

Todo esto estará siempre supeditado, claro está, a los factores meramente profesionales. La implicación del cliente es fundamental en todo momento a la hora de facilitar la comprensión de los referentes y la intencionalidad del producto, así como a la hora de determinar las condiciones de trabajo o las restricciones y requisitos que se les impongan a los traductores.

6. ANÁLISIS DE LA INTERTEXTUALIDAD AUDIOVISUAL EN *LEISURE SUIT LARRY: RELOADED*

Para ilustrar la intertextualidad videolúdica, hemos decidido emplear el juego *Leisure Suit Larry: Reloaded* (2012), el cual está cargado de humor referencial y constantes transvases culturales. El juego bebe mucho de la cultura norteamericana y la práctica totalidad de las situaciones, diálogos y entornos son guiños y parodias al propio estilo de vida de los habitantes de dicho país. Volviendo a nuestra propuesta integradora de transvases culturales audiovisuales, encontraríamos transvases desde el cine, las series o la publicidad, entre otros. Para este análisis, concretamente, nos vamos a centrar en las preguntas del control de edad. *Leisure Suit Larry: Reloaded* es el *remake* de *Leisure Suit Larry in the Land of the Lounge Lizards*, un juego de 1987. Por aquel entonces, aún no existían sistemas de clasificación por edades, de tal modo que para poder jugar había que contestar a una serie de preguntas cuyas respuestas solo se podían conocer si se era mayor de edad (es decir, casi todas eran de cultura popular de los años 60 y 70). Aunque en la era de Internet esto ya no tiene mucho sentido, en el *remake* se mantuvo a modo de chiste y el usuario tenía que superar una serie de preguntas igualmente para poder jugar. La elección de las preguntas era aleatoria, dentro de las que había disponibles dentro del código del juego, y algunas de ellas se actualizaron para hacer referencia a la cultura popular de los 80 y 90 (y algún que otro ejemplo de los 70 pero continuado en el tiempo).

La traducción de los referentes culturales es un tema recurrente en los estudios de traducción y son numerosas las investigaciones que podemos encontrar en este aspecto, tales como Koller (2004), Newmark (1981, 1992), Nida y Taber (1986), Nord (1995), Agost (1999), Mayoral (2000), Molina (2006) o Estévez (2015). Dentro de esto, para el análisis que se plantea a continuación presentamos una tipología de trasvases que se basa en las estrategias de traducción aplicadas de Cuéllar Lázaro (2007), la orientación cultural de los resultados de Estévez (2015) y las tipologías de referencias culturales de Moreno (2005). A partir de esos estudios, junto con otros anteriores realizados en este ámbito (Botella Tejera, 2012a, 2012b, 2017; Méndez González, 2015, 2017), proponemos una propuesta de análisis basándose en el tipo de transvase que se produce: casos en los que se respeta el referente original, puesto que la traducción está orientada a la cultura origen; casos en los que se modifica el referente por otro de la cultura original más reconocible en la cultura meta, buscando una traducción general o neutra en la que se produce una sustitución más cercana a la cultura original; y casos en los que el referente se modifica completamente, en una traducción más orientada a la cultura meta con el

objetivo de tener una mayor incidencia en el mercado receptor de la traducción. Los ejemplos seleccionados contendrán intertextualidad puramente lingüística, que llegará a nosotros solamente a través del canal visual, siendo la única señal intertextual perceptible.

6.1. Casos en los que se respeta el referente original

Ejemplo 1

| Original | Traducción |
|--|---|
| Xander, Willow, and Oz were all characters on... | Xander, Willow y Oz eran personajes de... |
| a. Freaks and Geeks | a. Freaks and Geeks |
| b. Buffy the Vampire Slayer | b. Buffy cazavampiros |
| c. Farscape | c. Farscape |
| d. Veronica Mars | d. Veronica Mars |

Análisis: En este caso se hace referencia a una serie de televisión que tuvo un gran éxito en todo el mundo a finales de la década de los 90. Concretamente, la serie arrasó en Estados Unidos, donde todavía sigue viva en formato cómic, el cual fue elegido por Joss Whedon para continuar la serie. En nuestro país no tuvo tanto calado y esa continuación en formato cómic quedó inconclusa, con la publicación de las temporadas 8 y 9, pero no así de la 10 y 11. Se trataría de un transvase desde una serie a un videojuego y la intertextualidad sería, como hemos avanzado, puramente lingüística. No obstante, a pesar de que el calado de *Buffy cazavampiros* (Joss Whedon, 1997) sea menor en nuestro país que en Estados Unidos, el referente es lo bastante conocido como para que no sea necesaria su modificación. Esto también es aplicable a las opciones de las respuestas, puesto que todas ellas son series de culto con un público limitado en nuestro país, pero cuyos títulos son fácilmente reconocibles por el público general. En este caso, podemos ver muy clara la idea de los textos simbióticos que tomábamos de Rabadán (2001: 32) para el marco teórico de nuestro artículo. Además, se respetan las versiones famosas de las que nos hablaba Agost (1998: 226).

Ejemplo 2

| Original | Traducción |
|-----------------------------|--------------------------|
| Who said, «I ate his kidney | ¿Quién dijo: «Me comí su |

| | |
|---|--|
| with some fava beans and a nice Chianti»? | hígado acompañado de habas y un buen Chianti»? |
| a. Jeffrey Dahmer | a. Jeffrey Dahmer |
| b. Audrey II | b. Audrey II |
| c. Freddy Krueger | c. Freddy Krueger |
| d. Hannibal Lecter | d. Hannibal Lecter |

Análisis: En este caso, el referente se puede mantener sin problemas puesto que se trata de una cita de *El silencio de los corderos* (*Silence of the Lambs*, Jonathan Demme, 1991), una película igual de famosa en ambos mercados. Además, en vez de traducir literalmente la frase original, los traductores del juego han sabido reconocer la referencia y han empleado la traducción oficial de la frase en la versión española de la película, tal y como sugería Agost (1998: 226). A pesar del error de traducción presente en la versión oficial (*kidney* es en realidad riñón y no hígado en nuestro idioma), es la frase con la que el público español identifica al personaje de Hannibal Lecter y, por tanto, se mantiene para que los jugadores se identifiquen con el momento concreto del filme. Los errores en las versiones referenciales, así como la posible mejora de las traducciones, son temas aptos para futuros estudios que, por limitaciones de espacio, no se tratarán en el presente artículo. Para el ejemplo actual, queremos destacar que se optó por respetar la versión referencial reconocible por el nuevo público, tal y como veíamos también en el ejemplo anterior. El transvase se produce del cine al videojuego y vuelve a tratarse de código lingüístico aislado, dada la naturaleza de los ejemplos seleccionados.

6.2. Casos en los que se modifica el referente por otro de la cultura original más reconocible en la cultura meta

Ejemplo 1

| Original | Traducción |
|--|-------------------------------|
| Who's «smarter than the average bear»? | ¿Qué oso vivía en Jellystone? |
| a. Smokey | a. Chu-Lin |
| b. Yogi | b. Yogi |
| c. Fozzie | c. El Yeti |

| | |
|-----------|-----------|
| d. Winnie | d. Winnie |
|-----------|-----------|

Análisis: Aquí nos encontramos con un caso en el que la pregunta original referencia directamente el eslogan de una serie infantil de los años 50, dándose un nuevo transvase desde una serie a un videojuego. Aunque la serie se emitió también en España y fue un éxito, el eslogan no tuvo tanto calado y, por tanto, es más difícil que el público español reconozca la referencia (es difícil incluso encontrar cuál es la traducción más asentada para dicho eslogan, algo que, por otra parte, sucede más con las series). En este caso, se ha hecho caso a la segunda opción que proponía Lorenzo (2005: 142) de buscar un intertexto más conocido por nos nuevos receptores. Nos parece acertada la decisión tomada de respetar el referente pero modificar la pregunta por una más reconocible en la cultura meta. Del mismo modo, entre las respuestas se respetan los nombres de Yogi (que es la respuesta correcta) y Winnie, puesto que son personajes muy conocidos en nuestro país. Sin embargo, hubo dos cambios. El primero fue Smokey, que era una mascota de las campañas contra incendios de Estados Unidos en los años 40 y 50 y, por tanto, un referente muy desconocido para el público receptor, como muchas veces ocurre con los referentes publicitarios. Fue cambiado por Chu-Lin, el famoso oso del zoo de Madrid (1982-1996). Para Fozzie, el oso de los Teleñecos, se optó por la vía rápida de cambiarlo por un personaje mitológico como es el Yeti. Un cambio que se antoja menos necesario que los anteriores, pero al tratarse de una respuesta falsa tampoco afecta demasiado a la interacción del usuario con el juego.

Ejemplo 2

| Original | Traducción |
|-------------------------------------|---|
| What haircut grew out of a TV show? | ¿Qué frase para ligar se hizo famosa en los 90 gracias a <i>FRIENDS</i> ? |
| a. The Bob | a. ¿Estudias o trabajas? |
| b. The Caesar | b. ¿En tu casa o en la mía? |
| c. The Mullet | c. ¿Tienes un pitillo? |
| d. The Rachel | d. ¿Cómo va eso? |

Análisis: La serie de televisión *FRIENDS* fue un gran éxito en la segunda mitad de la década de los 90, de tal modo que los creadores del

juego no dudaron en hacer una referencia a dicha producción. El calado en la cultura popular fue tal que, en Estados Unidos, se llegó a llamar a un peinado con el nombre de una de las protagonistas de la serie, Rachel. Sin embargo, aunque *FRIENDS* también fue un gran éxito en España, el referente del peinado se antoja más oscuro y posiblemente no funcionaría en el mercado receptor. En la traducción se mantuvo el guiño a *FRIENDS* pero usando algo que tuvo más calado, como era la frase para ligar del personaje de Joey. Mención especial al hecho de que se hiciese una recopilación de las frases para ligar más arquetípicas y gastadas de esa década. Nuevamente se busca una opción más conocida y reconocible por el público. Y, una vez más, como buena prueba del uso de la cultura popular, se da un transvase desde una serie a un videojuego recurriendo al código lingüístico aislado.

6.3. Casos en los que el referente se modifica completamente

Ejemplo 1

| Original | Traducción |
|--|--|
| «The Incredible Edible...» a. Arrangement b. Rose c. Mushroom d. Egg | ¿Qué era «El cerebro de la bestia»? a. Un ordenador b. Mega Drive c. Una calculadora d. Super Nintendo |

Análisis: La pregunta original hace referencia a una campaña publicitaria muy famosa a finales de los años 70 en Estados Unidos, cuyo objetivo era promocionar el consumo de huevos entre la población. Se da, por lo tanto, un transvase lingüístico desde la publicidad hasta el videojuego. Este referente, obviamente, no funcionaría en el mercado receptor y se cambió por otro eslogan publicitario, intentando respetar el guiño al marketing del pasado. En este caso, se trata del eslogan de Super Nintendo, que fue uno que tuvo un gran impacto entre los jóvenes jugadores de principios de los años 90. Aquí el intertexto se ha considerado demasiado opaco para los nuevos receptores, opción más cercana a la tercera posibilidad que encontraba Lorenzo (2005: 142) en la traducción de la intertextualidad audiovisual.

Ejemplo 2

| Original | Traducción |
|---|---------------------------------------|
| Who appeared in 15 episodes of Saturday Night Live during its first season? | ¿Qué famoso pintor jamás fue tortuga? |
| a. Monty Python | a. Michelangelo |
| b. Aerosmith | b. Leonardo |
| c. Steve Martin | c. Donatello |
| d. The Muppets | d. Picasso |

Análisis: Tal y como ocurría en el caso del peinado Rachel, la pregunta hace referencia a un elemento cultural propio de la población norteamericana dentro de un espacio temporal concreto. Se trata de uno de esos ejemplos que considerábamos tan complejos de trasladar por venir de un programa de entretenimiento que no llega doblado al nuevo país receptor. Se da un tipo de transvase culturalmente específico, donde no resulta tan obvio mantener la referencia por poder ser especialmente opaca. El programa de televisión Saturday Night Live es un gran éxito en su país de origen, con más de 45 temporadas a sus espaldas, y en su primera emisión (1975-1976) contaba con una sección protagonizada por los Teleñecos, que habían sido creados específicamente para el programa. Tras tantos años en antena, el programa de televisión es conocido en España e incluso se intentó emular, con el mismo título, en el año 2009 en la cadena Cuatro. No obstante, el nivel de conocimiento no es tal como para asociar la presencia de los Teleñecos en la primera temporada del programa, sino que dichos personajes se asocian más con sus posteriores aventuras y programas en solitario. Con el fin de evitar complicar innecesariamente una referencia oscura, en la versión española se opta por otros personajes que entran dentro de la franja de años que se pretende abarcar (1984 hasta la actualidad) y que tuvieron mucho más calado en el mercado receptor, como son las Tortugas Ninja.

CONCLUSIONES

A lo largo de estas páginas constatado la existencia de un intertexto audiovisual con características propias que llega a nosotros de forma simultánea a través del canal visual y del acústico y que bebe de

innumerables fuentes y medios. Además, hemos recordado que los audiovisuales son textos simbióticos compuestos a su vez por muchos otros textos que se entremezclan como si de un mismo tejido se tratara, transparentándose por debajo todas sus diferentes capas.

Parece evidente, por otro lado, que de un tiempo a esta parte vivimos en la era de las producciones tipo franquicia que nos ofrecen productos y personajes que se cruzan entre las diferentes pantallas produciendo una suerte de intertextualidad *transmedia* para la que el traductor debe estar preparado. Y es que, de no ser así, podrían perderse multitud de referencias y guiños pensados para que el público pueda entretenerse y disfrutar. Debido a esta afluencia de cruces, hemos tratado de ampliar el listado de transvases audiovisuales ofrecido previamente por autoras como Segovia (1998) o Botella Tejera (2012a).

Sin embargo, nos parece que en el ámbito de la TAM o en el de la TAV no se le está otorgando la relevancia que merece a un tipo de intertexto con unas propiedades únicas: el videolúdico. Aunque comparte muchas características con el que considerábamos audiovisual, como el hecho de transmitirse por el canal visual y el acústico y de darse una confluencia de canales, en el videolúdico se añade una nueva capa: la sensitiva, que se transmite a través del mando del jugador (independientemente del tipo de mando a emplear, ya sea en su concepción original o en los nuevos accesorios y dispositivos que ofrecen otros tipos de interactividad al usuario) (Méndez González, 2017, 2020). Aunque por limitaciones de espacio no se ha ejemplificado tanto como nos hubiese gustado en el presente estudio, en el análisis teórico se ha destacado la relevancia del canal sensitivo, algo en lo que se ha ahondado más en otros estudios (Méndez González, 2015, 2020) y en lo que se seguirá ahondando en futuros trabajos. Asimismo, hemos observado que en la traducción de videojuegos las experiencias y expectativas del público receptor también condicionarán las decisiones que tenga que tomar el traductor y que muchos de los factores a tener en cuenta coinciden con los que conocíamos. La cultura popular y los elementos que se transvasan de unos medios a otros son fuentes de innumerables referencias, como hemos podido observar.

Para facilitar la tarea del traductor de videojuegos que se enfrente a referentes intertextuales, hemos recogido una propuesta de traducción (pasando por las mismas fases de traducción del intertexto audiovisual) que tiene en cuenta el tipo de juego y el tipo de referencias, y que después se ha aplicado al análisis del videojuego estudiado. Hemos visto, además, que se dan diferentes tipos de transvases culturales audiovisuales (desde el cine, la televisión, otros videojuegos, etc.) hasta el videojuego estudiado. En

los ejemplos analizados, pese a que se trate de una muestra escasa, hemos visto un alto número de transvases desde series hacia el videojuego en cuestión. Y, por tratarse de las preguntas de control, la intertextualidad detectada hacía uso del código lingüístico aislado, algo que permite más flexibilidad en las opciones de traducción que cuando entra en juego el código visual.

Con todo, pensamos que solo se trata de una pequeña aportación para una realidad que está cada vez más presente en una industria que avanza cada día y que se ha convertido en la principal en cuanto a productos de entretenimiento en nuestro país. Sin embargo, sin duda queda mucho por estudiar y por escribir sobre un intertexto audiovisual muy particular: el videolúdico.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Agost, R. (1998). Traducció i intertextualitat: el cas del doblatge. En LL. Meseguer y M.L. Villanueva (Eds.), *Intertextualitat i recepció* (pp. 219-243). Castellón de la Plana, España: Publicacions de la Universitat Jaume I.
- Agost, R. (1999). *Traducción y doblaje: palabras, voces e imágenes*. Barcelona, España: Ariel.
- Agost, R. (2005). Competencia traductora y objetivos de aprendizaje: la cultura, punto de partida. En J. Yuste y A. Álvarez (Eds.), *Estudios sobre traducción: teoría, didáctica, profesión* (pp. 123-129). Vigo, España: Servizo de Publicacións da Universidade de Vigo.
- Allen, G. (2000). *Intertextuality*. Londres, Reino Unido: Routledge.
- Bernal Merino, M. Á. (2007). Do we need terminology for the translation of video games? En I. Kemble (Ed.), *Translation Technologies and Culture* (pp. 180-188). Portsmouth: University of Portsmouth.
- Bernal Merino, M. Á. (2008). Training translators for the video game industry. En J. Díaz-Cintas (Ed.), *The Didactics of Audiovisual translation* (pp. 141-155). Ámsterdam/Filadelfia: John Benjamins.
- Bernal Merino, M. Á. (2011). A brief history of Game Localisation. *TRANS: Revista de Traductología* 15 (pp. 11-17).
- Bernal Merino, M. Á. (2015). *Translation and Localisation in Video Games*. Oxford: Routledge.

- Bernal Merino, M. Á. (2018). Creativity and playability in the localization of video games. *The Journal of Internationalization and Localization* 5 (1) (pp. 74-93).
- Botella Tejera, C. (2010). El intertexto audiovisual y su traducción. Referencias cinematográficas paródicas en *Family Guy*. Universidad de Alicante. Tesis doctoral.
- Botella Tejera, C. (2012a). La intertextualidad cinematográfica paródica como transvase cultural. El papel del traductor. En P. Mogorrón y S. Mejri (Eds.), *Langues spécialisées, figement et traduction* (pp. 99-112). Alicante: Publicaciones de la Universidad de Alicante.
- Botella Tejera, C. (2012b). La traducción del intertexto cinematográfico paródico con función humorística en *Family Guy*. En Martínez Sierra, J.J. (Ed.), *Fotografía de la investigación doctoral en traducción audiovisual*. Madrid: Bohodón Ediciones.
- Botella Tejera, C. (2017). La traducción del humor intertextual audiovisual. Que la fuerza os acompañe. En J.J. Martínez Sierra y P. Zabalbeascoa Terrán (Eds.), *La traducción del humor*. *MonTI9*, pp.77-100.
- Botella Tejera, C y García Celades, Y. (2019). La intertextualidad en *Zootrópolis*. ¿Cosa de niños? *TRANS* 23, pp. 169-182.
- Calvo Ferrer, J. R. (2012). Videojuegos y aprendizaje de segundas lenguas: análisis del videojuego *The Conference Interpreter* para la mejora de la competencia terminológica. Universidad de Alicante. Tesis doctoral.
- Chandler, H. M. (2005). *The Game Localization Handbook*. Massachusetts: Charles River Media.
- Chaume, F. (2004). *Cine y traducción*. Madrid: Cátedra.
- Chaume, F. (2013). The turn of audiovisual translation. New audiences and new technologies, *Translation Spaces* 2 (pp. 105-123).
- Chaume, F. (2018). An overview of audiovisual translation: Four methodological turns in a mature discipline, *Journal of Audiovisual Translation* 1 (1) (pp. 40-63).
- Cuéllar Lázaro, C. (2007). Die Wende a través de la gran pantalla: Good bye, Lenin!. En Riutort, M. y Jané, J. (Eds.), *Forum 12. Der ungeteilte Himmel* (pp. 115-136). Tarragona: Associació de Germanistes de Catalunya.

- Crystal, D. (1987). Translating and Interpreting. En *The Cambridge Encyclopaedia of Language*. Cambridge, Reino Unido: Cambridge University Press.
- De los Reyes Lozano, J. (2017). La música referencial y su influencia en el cine de animación, *InTRAlinea*, 19, Recuperado de http://www.intraline.org/specials/article/musica_referencial_y_su_influencia_en_la_traducion_del_cine_de_animacion
- Dunne, K. (2006). *Perspectives in Localization*. Ámsterdam/Filadelfia: John Benjamins.
- Estevez, M. (2015). Interculturalidad en traducción audiovisual: doblaje alemán-español de *La vida de los otros*. *Quaderns de cine*, 10, 59-62.
- Fernández Costales, A. (2011). Adapting humor in videogames localization. *Multilingual Computing* 22 (pp. 33-36).
- Fernández Costales, A. (2012). Exploring translation strategies in video game localization. *MonTI. Monografías de Traducción e Interpretación* 4 (pp. 385-408).
- Fernández Costales, A. (2014). Video game localization: adapting superheroes to different cultures. *Quaderns. Revista de Traducció* 21 (pp. 225-239).
- Gros Salvat, B. (2008). *Videojuegos y aprendizaje*. Barcelona: Editorial Graó.
- Harris, J. (2003). Such a transformation!: translation, imitation, and intertextuality in Jane Austen on-screen. En G. MacDonald y A. F. MacDonald (Eds.), *Jane Austen on Screen* (pp. 44-68). Cambridge, Reino Unido: Cambridge University Press.
- Hatim, B. y Mason, I. (1995). *Teoría de la traducción: una aproximación al discurso*. Barcelona: Ariel.
- Jenkins, H. (2003). *Transmedia Storytelling. Moving characters from books to films to videogames can make them stronger and more compelling*. *Technology Review*, Recuperado de <https://www.technologyreview.com/s/401760/transmedia-storytelling/>
- Kinder, M. (1991). *Playing with power in movies, televisión and videogames: from Muppet Babies to Teenage Mutant Ninja Turtles*. Berkeley, EE.UU.: University of California Press.
- Koller, W. (2004). *Einführung in die Übersetzungswissenschaft*. Wiebelsheim: Quelle & Meyer.

- Lepre, O. (2015). The translation of humor in video games: a case study. London, University College. Tesis doctoral.
- López Redondo, I. (2014). ¿Qué es un videojuego? Claves para entender el mayor fenómeno cultural del siglo XXI. Sevilla, España: Ediciones Arcade.
- Lorenzo, L. (2005). Funcións básicas das referencias intertextuais e o seu tratamento na tradución audiovisual. *Quaderns. Revista de traducción*, 12, 33-150.
- Lorenzo, L. y Pereira, (2012). Intertextualidad en subtitulación de productos de doble receptor adulto niño para audiencias sordas: ¿Crónica de un fracaso anunciado? En S. Reis, y B. Rodríguez, (Eds.), *Literatura Infantil y Juvenil e Identidades / Literatura para a Infancia e Juventude e Identidades*. Vigo/Braga: ANILIJ-ELOS/CIEC Universidade do Minho.
- Lorenzo, L. y Rodríguez. (2015). La intertextualidad en los textos audiovisuales: el caso de Donkey Xote. *Ocnos*, 13, 117-128.
- López González, R. (2015). La alusión como fuente de creación de humor y su traducción: análisis del cine de animación de Dreamworks (2001-2012). Universidade de Vigo. Tesis doctoral.
- Maietti, M. (2004). *Semiotica dei videogiochi*. Milano: Unicopli.
- Martínez Sierra, J. J. (2004). Estudio descriptivo y discursivo del humor en textos audiovisuales. El caso de los Simpson. Universidad Jaime I, Castellón. Tesis doctoral.
- Mayoral, R. (2000). La traducción de referencias culturales. *Sendebarr*, 10-11, 67-88.
- Meinhof U.H. y Smith J. (eds.) (2000). *Intertextuality and the Media: From Genre to Everyday Life*. Manchester y Nueva York: Manchester University Press.
- Mejías Climent, L. (2019). La sincronización en el doblaje de videojuegos. Análisis empírico y descriptivo de los videojuegos de acción-aventura. Universidad Jaime I, Castellón. Tesis doctoral.
- Méndez González, R. (2012). Traducir videojuegos desde la paratraducción. *Viceversa* 17-18, 141-158.
- Méndez González, R. (2013). Localización de videojuegos: necesidades y posibilidades de la traducción del siglo XXI. En Montero Domínguez,

- X. (Ed.), Traducción para la comunicación internacional (pp. 57-69). Granada: Editorial Comares.
- Méndez González, R. (2014a). Traducir para un nuevo entorno cultural: el sector de los videojuegos. En Montero Domínguez, X. (Ed.), Traducción e industrias culturales, nuevas perspectivas de análisis (pp. 105-119). Frankfurt am Main: Peter Lang.
- Méndez González, R. (2014b). The Terminology of the Video Game Industry: A New Type of Specialised Language. En Calvo-Ferrer, J. R. y Campos Pardillos, M. Á. (Eds.), Investigating Lexis: Vocabulary Teaching, ESP, Lexicography and Lexical Innovation (pp. 191-204). Newcastle upon Tyne: Cambridge Scholars Publishing.
- Méndez González, R. (2014c). Localización de videojuegos: paratextos materiales e icónicos. *Scientia Translationis*, 15, 77-93.
- Méndez González, R. (2015). Localización de videojuegos: Fundamentos traductológicos innovadores para nuevas prácticas profesionales. Vigo: Servizo de Publicacións Universidade de Vigo.
- Méndez González, R. (2016). Los videojuegos como puente entre culturas: adaptación ideológica del producto a distintos mercados. En Ferreiro Vázquez, Ó. (Ed.), Traducir e interpretar lo público (pp. 79-90). Granada: Editorial Comares.
- Méndez González, R. y Calvo-Ferrer, J. R. (2017). Videojuegos y [para]traducción: aproximación a la práctica localizadora. Granada: Editorial Comares.
- Méndez González, R. (2019). Aproximación a la interpretación en el ámbito de los videojuegos. *Sendebarr*, 30, 273-299.
- Méndez González, R. (2020). Realismo social y metáforas fantásticas. En Moreno Cantano, C. y Gómez Garzía, S. (Eds.), Videojuegos del presente. La realidad en formato lúdico. Gijón: Ediciones Trea.
- Mendoza Fillola, (2001). El intertexto lector. El espacio de encuentro de las aportaciones del texto con las del lector. Cuenca: Ediciones de la Universidad de Castilla la Mancha.
- Mendoza Fillola (2003). Los intertextos: Del discurso a la recepción. En A. Mendoza Fillola, y P. C. Cerrillo (Eds.), Intertextos: aspectos sobre la recepción del discurso artístico (pp.17-60). Cuenca, España: Ediciones de la Universidad de Castilla la Mancha.

- Molina, L. (2006). *El otoño del pingüino: análisis descriptivo de la traducción de los culturemas*. Castelló de la Plana: Publicacions de la Universitat Jaume I.
- Moreno, A. (2005). Cine alemán en español, cine español en alemán: el transvase de elementos culturales. En García Peinado, M. A., Campos Plaza, N., Ortega Arjonilla, E. y Vilvandre de Sousa, C. (Eds), *El español, lengua de cultura, lengua de traducción. Aspectos teóricos, metodológicos y profesionales* (pp. 585-596). Granada: Atrio.
- Newmar, P. (1981). *Approaches to translation*. Nueva York: Prentice-Hall.
- Newmar, P. (1992). *A textbook of translation*. Edimburgo: Longman.
- Nida, E. y Taber, R. C. (1986). *La traducción: teoría y práctica*. Madrid: Ediciones Cristiandad S. L.
- Nord, C. (1995). *Textanalyse und Übersetzen: Theoretische Grundlagen, Methode und didaktische Anwendung einer übersetzungsrelevanten Textanalyse*. Heidelberg: J. Groos.
- O'Hagan, M. (2009). Putting Pleasure First: Localizing Japanese Video Games. *TTR: traduction, terminologie, redaction* 22 (pp. 147-165).
- O'Hagan, M. (2015). Game localisation as software-mediated cultural experience: Shedding light on the changing role of translation in intercultural communication in the digital age. *Multilingua* 34 (6) (pp. 747-772).
- O'Hagan, M. y Chandler, H. (2016). *Game localization research and translation studies: Translation Studies and other disciplines*. Ámsterdam/Filadelfia: John Benjamins.
- Papargyriou, E. (2004). Translating Intertextuality as Cultural Reference: Yoryis Yatromanolakis' Greek Novel *Eroticon*. *Entertext* (4.3), 90-102.
- Rabadán, R. (2001). Las cadenas intertextuales inglés-español: traducciones y otras transferencias (inter)semióticas. En E. Pajares, R. Merino y J.M. Santamaría (Eds.), *Transvases culturales: literatura, cine y traducción* 3 (pp. 24-91). Vitoria, España: Universidad del País Vasco.
- Segovia Martín, R. (1998). Transvases culturales en el cine y la televisión: los remakes. En LL. Messeguer y M.L. Villanueva (Eds.), *Intertextualitat i recepció* (pp. 171-181). Castellón, España: Publicacions de la Universitat Jaume I.

- Seljan, S. y Katalinić, J. (2017). Integrating Localization into a Video Game. INFuture2017: Integrating ICT in Society. Zagreb: Department of Information and Communication Sciences, Faculty of Humanities and Social Sciences, University of Zagreb.
- Steiner, G. (1992). *After Babel: Aspects of Language and Translation*. Oxford, Reino Unido: Oxford University Press.
- Trabattoni, M. (2014). *Shenmue: Una sfida semiotica*. Milán: Edizioni Unicopli.
- Venuti, L. (1995). *The Scandals of Translation: towards an ethics of difference*. Nueva York, EE. UU.: Routledge.
- Yuste Frías, J. (2006). Traducción y paratraducción de la literatura infantil y juvenil. En A. Luna y S. Montero (Eds.), *Traducción e Política editorial de Literatura infantil e xuvenil*. Vigo, España: Servizo de Publicacións da Universidade de Vigo.
- Yuste Frías, J. (2011). Traducir para la pantalla: el traductor entre el texto y la imagen. En Di Giobanni, E. (Ed.), *Diálogos intertextuales 5: Between Text and Receiver: Translation and Accesibility*. Frankfurt am Main, Berlin, Bern, Bruxelles, New York, Oxford, Wien: Peter Lang.
- Yuste Frías, José (2012). Fun for All 1: Videojuegos y paratraducción [en línea]. <http://www.joseyustefrias.com/index.php/blog/item/fun-for-all-1.html> [Consulta: 24/06/2018].
- Yuste Frías, J. (2014). Traducción y paratraducción en la localización de videojuegos. *Scientia Translationis* (15), 61-76.
- Zabalbeascoa, P. (2008). The nature of the audiovisual text and its parameters. En J. Díaz Cintas (Ed.), *The didactics of audiovisual translation* (pp. 21-37). Ámsterdam/Filadelfia: John Benjamins.
- Juegos:
- Varios (1986-). *The Legend of Zelda* [videojuego]. Japón: Nintendo.
- Varios (1987). *Leisure Suit Larry in the Land of the Lounge Lizards* [videojuego]. EE. UU.: Sierra On-Line.
- Varios (1993). *Doom* [videojuego]. Estados Unidos: id Software.
- Varios (1994-). *FIFA* [videojuego]. EE. UU.: Electronic Arts.
- Varios (1998). *Metal Gear Solid* [videojuego]. Japón: Konami

- Varios (1999). Duke Nukem 3D [videojuego]. EE. UU.: 3D Realms.
- Varios (1999). Resident Evil [videojuego]. Japón: Capcom
- Varios (2003). Daredevil [videojuego]. EE. UU.: Griptonite Games.
- Varios (2005-). Forza Motorsport [videojuego]. EE. UU.: Turn 10 Studios.
- Varios (2006). Yakuza [videojuego]. Japón: Sega.
- Varios (2010). Nier [videojuego]. Japón: Cavia.
- Varios (2013). Brothers: A Tale of Two Sons [videojuego]. Suecia: Starbreeze Studios.
- Varios (2013). Leisure Suit Larry: Reloaded [videojuego]. EE. UU.: N-Fusion Interactive.
- Varios (2018). Spider-Man [videojuego]. EE. UU.: Insomniac Games.
- Películas:
- King, G. (productor) y Uthaugh, R. (director). (2018). Tomb Raider [cinta cinematográfica]. EE.UU.: Metro-Goldwyn-Mayer, Warner Bros. Pictures, GK Films y Square Films.
- Varios (productores) y West, S. (director). (2001). Lara Croft: Tomb Raider [cinta cinematográfica]. EE.UU. Mutual Film Corporation.
- Varios (productores) y Johnson, M.S. (director). (2003). Daredevil [cinta cinematográfica]. EE.UU.: Regency Enterprises, Marvel Studios.
- Varios (productores) y De Bont, J. (director). (2003). Lara Croft Tomb Raider: La cuna de la vida [cinta cinematográfica]. EE.UU. Mutual Film Corporation.
- Varios (productores) y Browman, R. (2005). Elektra [cinta cinematográfica]. EE.UU.: Varios.
- Varios (productores) y Moore, R. (2012). Rompe Ralph [cinta cinematográfica]. EE.UU.: Walt Disney Animation Studios.
- Varios (productores) y Moore, R. y Johnston, P. (directores) (2018) Ralph Rompe Internet [cinta cinematográfica]. EE.UU.: Walt Disney Animation Studios.
- Varios (productores) y Howard, B. Y Moore, R. (directores). (2016) Zootrópolis [cinta cinematográfica]. EE.UU.: Walt Disney Animation Studios.

Varios (productores) y Russo A. y Russo J. (directores). (2019). Avengers: Endgame [cinta cinematográfica]. EE.UU.: Marvel Studios.

Varios (productores) y Ramsey, P., Persichetti, B. y Rothman, R. (directores). (2018). Spider-man: Into the Spider-Verse [cinta cinematográfica]. EE. UU.: Sony Pictures Animation, Columbia Pictures, Marvel Entertainment.

Series:

Varios (productores). (2015-). Daredevil [serie de televisión]. EE.UU.: Marvel TV y ABC Studios.

Varios (productores). (2015-). Jessica Jones [serie de televisión]. EE.UU.: Marvel TV y ABC Studios.

Varios (productores). (2016-2018). Luke Cage [serie de televisión]. EE.UU.: Marvel TV y ABC Studios.

Varios (productores). (2017). The Defenders [serie de televisión]. EE.UU.: Marvel TV y ABC Studios.

Varios (productores). (2017-2018). Iron Fist serie de televisión]. EE.UU.: Marvel TV y ABC Studios.