

UNIVERSIDAD RAFAEL LANDÍVAR
FACULTAD DE HUMANIDADES
LICENCIATURA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

**"REFLEXIÓN DE LA EXPERIENCIA DE PRÁCTICA PROFESIONAL EN LA LOCALIZADORA
LATAM S.C. (LOLA MX) EN MÉXICO D.F., JUNIO - AGOSTO 2017."**

TESIS DE GRADO

CAROL SUSANA ALFARO TRIGUEROS

CARNET 10561-13

GUATEMALA DE LA ASUNCIÓN, DICIEMBRE DE 2017
CAMPUS CENTRAL

UNIVERSIDAD RAFAEL LANDÍVAR
FACULTAD DE HUMANIDADES
LICENCIATURA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

**"REFLEXIÓN DE LA EXPERIENCIA DE PRÁCTICA PROFESIONAL EN LA LOCALIZADORA
LATAM S.C. (LOLA MX) EN MÉXICO D.F., JUNIO - AGOSTO 2017."**

TESIS DE GRADO

TRABAJO PRESENTADO AL CONSEJO DE LA FACULTAD DE
HUMANIDADES

POR
CAROL SUSANA ALFARO TRIGUEROS

PREVIO A CONFERÍRSELE

EL TÍTULO Y GRADO ACADÉMICO DE LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

GUATEMALA DE LA ASUNCIÓN, DICIEMBRE DE 2017
CAMPUS CENTRAL

AUTORIDADES DE LA UNIVERSIDAD RAFAEL LANDÍVAR

RECTOR: P. MARCO TULIO MARTINEZ SALAZAR, S. J.
VICERRECTORA ACADÉMICA: DRA. MARTA LUCRECIA MÉNDEZ GONZÁLEZ DE PENEDO
VICERRECTOR DE INVESTIGACIÓN Y PROYECCIÓN: ING. JOSÉ JUVENTINO GÁLVEZ RUANO
VICERRECTOR DE INTEGRACIÓN UNIVERSITARIA: P. JULIO ENRIQUE MOREIRA CHAVARRÍA, S. J.
VICERRECTOR ADMINISTRATIVO: LIC. ARIEL RIVERA IRÍAS
SECRETARIA GENERAL: LIC. FABIOLA DE LA LUZ PADILLA BELTRANENA DE LORENZANA

AUTORIDADES DE LA FACULTAD DE HUMANIDADES

DECANO: MGTR. HÉCTOR ANTONIO ESTRELLA LÓPEZ, S. J.
VICEDECANO: DR. JUAN PABLO ESCOBAR GALO
SECRETARIA: MGTR. ROMELIA IRENE RUIZ GODOY
DIRECTORA DE CARRERA: LIC. MIRIAM AMARILIS MADRID ESTRADA DE VALDEZ

NOMBRE DEL ASESOR DE TRABAJO DE GRADUACIÓN

LIC. JUAN FRANCISCO ROMERO MARTÍNEZ

REVISOR QUE PRACTICÓ LA EVALUACIÓN

MGTR. NORMA MARCELA HERNANDEZ HASBUN

Guatemala, 13 de noviembre de 2017

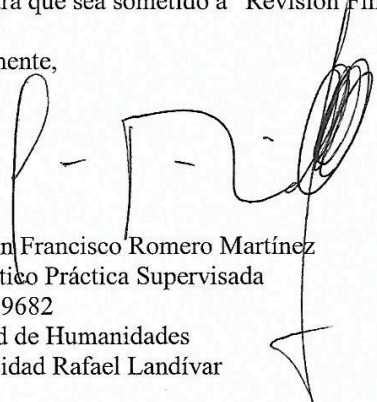
Señores
Consejo Facultad Humanidades
Departamento de Comunicación
Universidad Rafael Landívar

Estimados Señores

Reciban un cordial saludo, acompañado del deseo que todo marche bien. Por este medio me permito presentar el trabajo final del Proyecto de Grado **“Reflexión de la experiencia de práctica profesional en Localizadora LATAM S. C. (LOLA MX) en México D. F., junio – agosto 2017”** de la alumna **CAROL SUSANA ALFARO TRIGUEROS**, que se identifica con el carnet número 1056113.

A mi criterio este trabajo cumple con los lineamientos establecidos por la Facultad de Humanidades, por lo que doy el aval correspondiente para que sea sometido a “Revisión Final”.

Atentamente,


Lic. Juan Francisco Romero Martínez
Catedrático Práctica Supervisada
Código 9682
Facultad de Humanidades
Universidad Rafael Landívar



Universidad
Rafael Landívar
Tradición Jesuita en Guatemala

FACULTAD DE HUMANIDADES
No. 052286-2017

Orden de Impresión

De acuerdo a la aprobación de la Evaluación del Trabajo de Graduación en la variante Tesis de Grado de la estudiante CAROL SUSANA ALFARO TRIGUEROS, Carnet 10561-13 en la carrera LICENCIATURA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN, del Campus Central, que consta en el Acta No. 051553-2017 de fecha 6 de diciembre de 2017, se autoriza la impresión digital del trabajo titulado:

"REFLEXIÓN DE LA EXPERIENCIA DE PRÁCTICA PROFESIONAL EN LA LOCALIZADORA LATAM S.C. (LOLA MX) EN MÉXICO D.F., JUNIO - AGOSTO 2017."

Previo a conferírsele el título y grado académico de LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN.

Dado en la ciudad de Guatemala de la Asunción, a los 6 días del mes de diciembre del año 2017.

Irene Ruiz Godoy.

MGTR. ROMELIA IRENE RUIZ GODOY, SECRETARIA
HUMANIDADES
Universidad Rafael Landívar



AGRADECIMIENTOS

Gracias a Dios por la vida, la fortaleza y guiar el camino que me llevaría a personas, lugares y situaciones únicas y trascendentales para toda mi vida.

A la Universidad Rafael Landívar, cada uno de mis docentes, al personal del laboratorio de comunicación y a mi asesor de tesis, porque cada uno cultivó en mí sus lecciones de vida, conocimientos, valores y profesionalismo para ayudarme a ser la profesional quien logro ser hoy.

A Nimsi Rosales, gracias por cada desvelo a mi lado y compartirme sin interés alguno todos sus conocimientos y experiencias que me prepararían para afrontar retos en el ámbito laboral.

A mis amigos, ahora colegas y sus familias: Karla Alarcón gracias por enseñarme a tomar la vida más ligera en una nueva etapa de mi vida, Juan Diego Bran por llenar de alegría y motivación cada día en la Universidad. Especialmente agradezco a mi amiga Andrea Hernández por impulsarme y apoyarme incondicionalmente, gracias por no permitirme desistir en el cumplimiento de esta meta aún en los momentos más difíciles de mi carrera y vida personal.

A Vicente Donis, Luis Daniel Ramírez, Alejandro González, Sergio Madrigal y Rubén Moya por apoyarme en la última cuesta de este viaje, por creer en mi capacidad, demostrarme el verdadero liderazgo cuando se ejerce con pasión y enseñarme que las fronteras no existen cuando se trata de cumplir los sueños.

DEDICATORIA

Con todo mi amor dedico a mi familia cada uno de mis logros.

A mis padres, quienes con todo su esfuerzo y amor me brindaron la oportunidad de estudio que ellos no tuvieron. Al hombre que amo por ser mi héroe, Marcos Alfaro Oliva, le doy las gracias por inculcar en mí el valor de la responsabilidad, la fortaleza, el liderazgo, humildad y la perseverancia para alcanzar mis sueños a través de su ejemplo. A mi madre querida le doy las infinitas gracias por ser la piedra angular de mi vida al forjarme como una mujer fuerte, noble e íntegra. A través de esta última etapa demuestro mi gratitud hacia ellos por todo su esfuerzo y sacrificio para que lograra alcanzar mis sueños.

A mis hermanas mayores Paola y Wendy les dedico este logro porque sin sus lecciones de vida, sus consejos, y sin sus palabras de motivación en cada paso que daba en la vida, no hubiera sido posible alcanzar esta meta, les agradezco por permitirme disfrutar cada momento de mi vida junto a ellas. A mi tío José Ramón Oliva por ser mi ejemplo a seguir en el ámbito académico.

ÍNDICE

RESUMEN EJECUTIVO	1
INTRODUCCIÓN	2
I.CONTEXTUALIZACIÓN	3
1.1 Historia y Datos de la Institución	3
1.2 Estructura Organizativa	4
1.3 Características principales de la institución.....	5
1.4 Departamentos dentro de Localizadora Latam	7
1.4.1 Departamento de Traducción.....	7
1.4.2 Departamento de Pre Producción.....	7
1.4.3 Departamento de Producción.....	8
1.4.4 Departamento de Post Producción.....	8
A. Edición	8
1.5 Características del Departamento Asignado	9
1.6 Situación de Localizadora Latam en México	10
1.7 Contexto Nacional e Internacional del Área de Trabajo.	10
II. PLAN DE PRÁCTICAS.....	12
2.1 Acuerdo Contractual de Horario	12
2.2 Descripción del Departamento Asignado.....	12
2.3 Objetivos	13
2.4 Funciones Pactadas a Desarrollar	14
2.5 Presentación de las Modificaciones y Análisis de las Razones.....	14

III. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA.....	17
3.1 COMUNICACIÓN, TECNOLOGÍA Y CULTURA.....	18
3.1.1 Medios de Comunicación Masiva.....	19
A. Videojuegos.....	22
1) Los Videojuegos en México	26
3.1.2 Localización de videojuegos.....	28
A. GILT.....	28
1) Globalización.....	28
2) Internacionalización.....	29
3) Traducción	30
4) Localización y Localización de Audio (Audio Assets)	31
3.2 ACTUACIÓN Y LENGUAJE	35
3.2.1 La Voz del Actor.....	37
A. Anatomía del Sistema de Fonación.....	39
1) Mecanismo Respiratorio	40
2) Mecanismo de Fonación	41
3) Mecanismo Resonador.....	42
B. Inflexiones de la Voz.....	46
1) Dicción.....	46
2) Articulación	47
3) Entonación	48
4) Expresión	50
3.2.2 Técnica de Actuación Especializada en Doblaje	52

A. Doblaje para Series y Películas	53
B. Doblaje para Dibujos Animados	54
C. Doblaje para videojuegos	55
3.3 RADIOTEATRO	58
3.3.1 Inicios.....	58
3.3.2 Radioteatro en Guatemala.....	59
A. Un poco de Historia	59
B. Radioteatro	61
C. Antecedentes del doblaje en Guatemala.....	61
IV. INFORME DE PRÁCTICAS.....	63
Junio 2017.....	63
Julio 2017.....	68
Agosto 2017.....	73
Septiembre 2017.....	77
V. REFLEXIÓN.....	78
VI. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	90
6.1 Conclusiones.....	90
6.2 Recomendaciones.....	92
VII. BIBLIOGRAFÍA.....	94
GLOSARIO.....	105

ANEXOS.....	108
Anexo 1: Carta de Compromiso	108
Anexo 2: Plan de Prácticas.....	110
Anexo 3: Informe de Prácticas 1.....	113
Anexo 4: Informe de Prácticas 2.....	116
Anexo 5: Carta de Agradecimiento	118
ANEXO GRÁFICO	119

RESUMEN EJECUTIVO

El presente informe de grado describe los resultados obtenidos a través de la experiencia de práctica profesional de la estudiante de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación de la Universidad Rafael Landívar, a partir del 5 de junio al 29 de agosto del año 2017 en la empresa Localizadora Latam S. C. ubicada en Ciudad de México.

El contenido en este trabajo se distribuye de la siguiente manera: la contextualización de Localizadora Latam, consiste en la recopilación de datos sobre la empresa, que permite un acercamiento general a las funciones, características, la historia y su estructura organizativa.

Como segunda parte, en el plan de prácticas se detalla objetivos y funciones pactadas entre la estudiante y la empresa. El tercer apartado se conforma por la fundamentación teórica, este consiste en la presentación de teorías de la comunicación que se vinculan con el área de trabajo donde se realizaron las prácticas.

El informe de práctica es la cuarta parte en este trabajo de grado, en dicho apartado se encuentran detalladas cada una de las acciones realizadas durante la práctica, divididas por mes, con una breve descripción sobre los obstáculos y soluciones planteadas por la estudiante.

En el quinto apartado la practicante realiza un razonamiento crítico y una reflexión acerca de su experiencia en el extranjero como una profesional que egresa de la Universidad Rafael Landívar ante una industria poco explorada en Guatemala.

En los últimos dos apartados se presentan conclusiones y recomendaciones a través de la experiencia de práctica profesional.

INTRODUCCIÓN

En el tema de medios de comunicación, Guatemala se ha caracterizado por ser un país con medios de comunicación tradicionales; en la actualidad, debido a la globalización, internacionalmente existen avances tecnológicos y culturales, según una cátedra de la Unesco sobre la comunicación en 2002, se han realizado esfuerzos para que profesionales de diferentes carreras logren incursionar e integrar sus conocimientos tanto para medios tradicionales como los nuevos medios, principalmente para aquellos que generan contenido de entretenimiento como los videojuegos. Con el fin de alcanzar su grupo objetivo, las desarrolladoras de videojuegos han optado por la adaptación de sus contenidos a otros idiomas como el español para Latinoamérica, es por esta necesidad que nacen empresas como Localizadora Latam S. C.

El proyecto de grado que se presenta a continuación recopila reflexiones y la experiencia de práctica profesional en la empresa especializada en audio; grabación de voz off, doblaje, música y foleys (ver glosario), la cual se encuentra ubicada en Ciudad de México, Localizadora Latam S. C. (Lola Mx). La alumna de la carrera de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Rafael Landívar realizó un total de 450 horas de práctica, con una jornada laboral de 10:00 a 19:00 horas que dio inicio el 5 de junio y culminó el 29 de agosto del 2017.

Durante el tiempo de práctica, la función principal de la estudiante de Ciencias de la Comunicación consistió en la producción de contenido multimedia para uso interno y externo en la empresa, para esta tarea se utilizaron como principales herramientas los programas de edición para audio y video como Final Cut Pro X, Pro Tools, programas de diseño de la suite de Adobe. Entre una de las estrategias principales que se implementaron fue la producción de un video y material institucional para nivel interno que identificara a la empresa y demostrara el trabajo de cada colaborador. Se fundamenta teóricamente cómo las diversas áreas de la comunicación pueden converger y son el resultado de un servicio exitoso, que sin la correcta comunicación no existiría.

El presente informe pretende demostrar la importancia de los comunicadores en las empresas para el fortalecimiento interno y externo, incluso en industrias inexistentes en Guatemala.

I.CONTEXTUALIZACIÓN

1.1 Historia y Datos de la Institución

Localizadora Latam, S. C. más conocida como Lola Mx, es una empresa mexicana fundada en 2013 por Alejandro González y Luis Daniel Ramírez, dedicada al diseño de audio y la industria del doblaje, especializada en audio localización o doblaje de videojuegos, esta empresa que adapta el contenido del idioma original al español neutro para América Latina.

Es la primera empresa de localización especializada en videojuegos (principalmente juegos AAA) ubicada en Ciudad de México. Los juegos triple A “son aquellos desarrollados por grandes empresas de videojuegos y que cuentan con grandes presupuestos para su producción y promoción, por lo que generan gran demanda entre la masa de usuarios” (<http://www.gamerdic.es/termino/triple-a>). En conclusión, los videojuegos localizados por Lola Mx son softwares comercialmente exitosos a nivel mundial por su jugabilidad (ver glosario), sus gráficos y calidad de sonido.

En sus inicios, era subcontratada para realizar el trabajo de audio para una empresa española, quien contaba con la cuenta directa del cliente, a través de esta cuenta, sus fundadores dieron inicio a una empresa que tras 4 años de funcionamiento ha logrado posicionarse entre una de las principales compañías dedicadas al doblaje de videojuegos por la calidad en sonido, actuación, dirección y por su cumplimiento en tiempos de entrega.

Un año más tarde Localizadora Latam inició a ganar presencia no solo en la industria de audio localización de videojuegos, sino en el mundo del doblaje para algunas series y películas. La producción de diseños sonoros para una película infantil animada a cargo de “Ánima Estudios”, fue el proyecto que impulsó a la empresa para incursionar en la grabación de foleys, comúnmente conocidos como efectos de sonido. Luego del tercer año de operaciones, Lola, inició con una cartera propia de clientes, asociándose con la empresa de origen español a la cual le prestaban el servicio de producción y doblaje de videojuegos para Latinoamérica y otros estudios de distintas partes del mundo como Japón y Brasil.

1.2 Estructura Organizativa

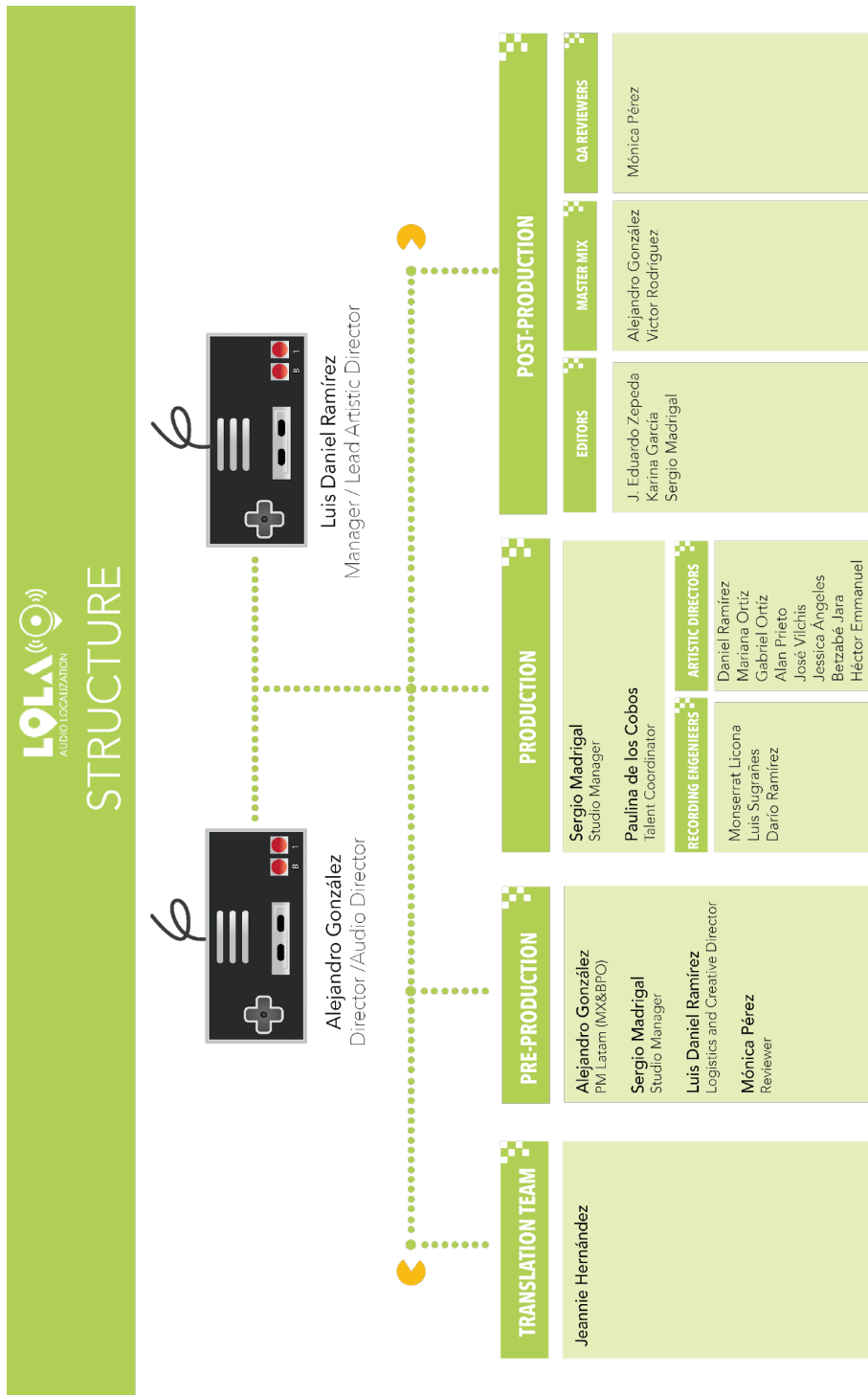


Figura 1. Organigrama Localizadora Latam. Elaboración Propia.

1.3 Características principales de la institución

Localizadora Latam es una empresa mexicana que se dedica a la traducción, adaptación, grabación de música, efectos de sonido y grabación de doblaje en un español neutro para videojuegos en América Latina.

La clase de trabajo que realiza esta empresa, es un campo actualmente inexistente en Guatemala y aunque han existido intentos por iniciar un avance en el mundo del doblaje, los locutores o guatemaltecos que han logrado ejercer en esta industria son elegidos por ser personalidades reconocidas en el país, con cierto número de seguidores en redes sociales, son los llamados *Startalents* (ver glosario), o han sido aquellos que optaron por realizar estudios o un acercamiento con profesionales en otros países, principalmente en México, el país con el mayor número de clientes internacionales para realizar doblajes; estas son algunas de las principales razones por las cuales la practicante optó por aplicar a sus prácticas profesionales en esta industria en el extranjero.

Localizadora Latam, se destaca por la calidad del producto final, ya que cuenta con la participación de músicos e ingenieros en audio familiarizados con cada uno de los videojuegos y proyectos, directores comprometidos y actores especializados en doblaje.

Es importante mencionar que la infraestructura de esta localizadora, cuenta con estudios diseñadas específicamente para la grabación del contenido de entretenimiento, por esta razón la recepción de impurezas en los audios no son recurrentes.

Además, aunque dicha compañía posee una jerarquía o estructura descendente, esta cuenta con una comunicación interna horizontal, en la mayoría de casos esto es lo que les permite resolver conflictos rápida y eficazmente debido a la coordinación y la cooperación entre los trabajadores.

Hoy en día es uno de los estudios más cotizados en la industria de la audio localización de videojuegos para América Latina.

Es importante mencionar uno de los mayores retos que afronta una empresa de audio localización y doblaje para videojuegos, a diferencia del doblaje de películas o series, en los juegos de video se carece de imágenes para adaptar los diálogos a la imagen en pantalla, por lo que no existe una referencia visual para que los actores ejecuten una perfecta sincronía de labiales con los personajes de los videojuegos; la grabación al español se realiza mediante gráfica de sonido, o sea sobre el audio en el idioma original y la duración de los *loops* (ver glosario) o intervenciones de los actores dependen de cada formato.

En la actualidad, Lola Mx está conformada por cuatro departamentos: traducción, pre producción, producción y post producción. Entre su lista de clientes se encuentran las principales empresas desarrolladoras y distribuidoras de videojuegos a nivel internacional como Ubisoft, Activision, Electronic Arts, Bethesda Softworks, Microsoft Game Studios, etc.

Aunque esta empresa vela por la calidad del sonido, una de las fases más importantes para todo proyecto, es la pre producción y la realización de guiones para los directores, ingenieros e ingenieras, actores y actrices; etapa fundamental para la realización de cualquier proyecto, que en ocasiones, el comunicador promedio omite para proyectos audiovisuales.

A pesar que el formato para los guiones y traducciones son distintos para la industria de doblaje y la producción audiovisual, los conocimientos adquiridos durante la carrera en los curso de redacción de guiones tanto para radio como televisión, permitieron una base y orientación a la estudiante; la elaboración de estos es primordial para la ejecución de todo proyecto, es la base y herramienta fundamental para que se pueda iniciar el proceso de grabación de los doblajes, de la misma forma en que los comunicadores utilizan esta herramienta antes de iniciar el proceso de grabación para un proyecto audiovisual o de radio, el guión contiene todas las especificaciones tanto técnicas como literarias de toda producción.

A continuación se describe brevemente cada uno de los departamentos que conforma la empresa Localizadora Latam S. C.

1.4 Departamentos dentro de Localizadora Latam

1.4.1 Departamento de Traducción

La audio localización de videojuegos para América Latina es una reciente rama de la traducción. En la empresa, el departamento de traducción se caracteriza por ofrecer a sus clientes un servicio personalizado, la compañía ofrece a través de esta área la creación de documentos con glosarios y términos que se utilizarán en cada proyecto, una vez culminada la traducción y aprobada por el revisor de la empresa, el traductor o la traductora hace entrega del material al cliente. En contraste a los conocimientos adquiridos durante la carrera de Ciencias de Comunicación este departamento realiza la función equivalente a la redacción de guiones y etapa de pre producción.

1.4.2 Departamento de Pre Producción

En Localizadora Latam, este departamento se encarga de la investigación a profundidad de cada proyecto. Tras la recopilar la información, el equipo elabora el guión en conjunto al equipo de traducción y adaptación. Al mismo tiempo, las personas del área de pre producción se encargan de crear un glosario y terminología para cada videojuego en conjunto al traductor.

La función principal consiste en la logística para cada trabajo, se asignan a los directores para cada videojuego, se realiza la coordinación de talento y horarios de estudio, la convocatoria de castings o la contratación de actores profesionales para la asignación de personajes.

De igual forma se prepara todo el material técnico referente al proyecto, el material a grabar debe ser estructurado para evitar retrasos en fechas de entrega estipuladas con cada cliente, priorizando aquel de mayor urgencia. A partir de este proceso, a través de la herramienta DAW (Digital Audio Workstation) y Pro Tools, se realiza el montaje de audios de forma organizada con el fin de facilitar el trabajo al resto de departamentos.

1.4.3 Departamento de Producción

En este departamento, la función principal consiste en respetar los procesos establecidos durante la etapa de pre producción. Se hace uso del guión o *script*, con una adaptación de las palabras y terminología adecuadas a cada región. Durante esta etapa se lleva a cabo el proceso de grabación, en el cual se cumplen con las especificaciones técnicas detalladas en la etapa previa, por ejemplo la selección de micrófonos, distancia de los actores durante la grabación; así mismo se realiza un monitoreo para respetar los niveles de grabación, dependiendo de los trabajos.

Tanto los directores asignados para cada proyecto, como los ingenieros en audio, cumplen con las restricciones de tiempo establecidas en el guión durante la grabación, los ingenieros en sonido asignados a cada proyecto, velan porque cada una de las intervenciones (*loops*) de los actores sean grabadas con la mayor calidad de audio. Una característica principal de este departamento en Localizadora Latam es la confianza entre sus colaboradores, el tipo de comunicación en esta área en particular es horizontal.

1.4.4 Departamento de Post Producción

A. Edición

En esta área el sonido se trabaja de forma “artesanal” en palabras de uno de los cofundadores, debido a que cada uno de los audios es escuchado por un técnico especializado, quien se encarga de la eliminación de impurezas con la ayuda de un software y plug ins. De la misma forma en que el comunicador egresado de la Universidad Rafael Landívar requiere dominio en edición para proyectos audiovisuales, en la industria del doblaje se requieren editores e ingenieros o ingenieras que manejen con rapidez programas para la edición de audio.

1.5 Características del Departamento Asignado

Es importante aclarar que en Localizadora Latam, actualmente no existe un departamento de comunicación y durante sus años de funcionamiento, Lola, no había contado con la presencia de un o una comunicadora dentro de sus instalaciones para realizar su práctica profesional.

A pesar de establecer relaciones laborales con personas de distintos continentes y los subcontinentes de América del Norte y América del Sur, no existían antecedentes de personal proveniente de algún país de Centroamérica, hasta ahora. La practicante fue la primera comunicadora guatemalteca en ser aceptada a realizar sus prácticas profesionales en Localizadora Latam.

Desde el ingreso a la compañía, se logró romper contra el estereotipo hacia los comunicadores, que en una empresa de doblaje o localización, la presencia de un comunicador no es fundamental en comparación al aporte de ingenieros en audio, editores, actores, músicos, contadores y traductores.

La práctica se realizó en conjunto al Departamento de Producción y los Directores, siendo la única persona en un área de comunicación, aún inexistente dentro de esta compañía; se utilizó este reto como una ventaja y oportunidad para no solo demostrar, sino contribuir desde un campo que sus colaboradores no dominan en totalidad y es el área visual.

Aunque el departamento de producción de audio se caracteriza por realizar el proceso de grabación de los proyectos, desde el campo de comunicación, la función principal del practicante es realizar todos los procesos desde la pre producción, producción y post producción de material multimedia y de diseño que los directivos o clientes solicitan, estos trabajos son para uso interno y externo de la empresa, con el fin de promocionar, lograr un alcance de futuros clientes potenciales y facilitar los procedimientos internos que se manejan en la institución.

1.6 Situación de Localizadora Latam en México

Aunque Localizadora Latam no cuenta con sede en ningún país de América Central, el trabajo de localización y adaptación del idioma original al español neutro, es un proceso en el cual se aplican funciones de comunicación y traducción, en donde la cultura y la lingüística también influyen en su trabajo, es por ello que cada uno de los proyectos que esta empresa realiza, tiene un impacto no solo para los *gamers* (ver glosario) en Guatemala, es un resultado para los jugadores de toda el habla hispana, quienes poseen la opción de elegir su idioma en un videojuego.

Al contar con la presencia de una persona centroamericana por primera vez en sus instalaciones, Lola Mx, podría generar una mayor ventaja competitiva en cuanto al español neutro frente a otros estudios de audio localización de México, Brasil y Argentina. Los países que mencionados anteriormente cuentan con mayor fortaleza en la industria de la localización de audio para videojuegos según la revista digital The Point (2016).

Según el medio digital Excelsior (2016), México es el país que lidera el doblaje en Latinoamérica ya que el 65% del doblaje que se consume en estos países proviene de la industria mexicana por su calidad actuarial y el uso de un español neutro, o sea el uso del lenguaje que funcione para todos los consumidores del producto final.

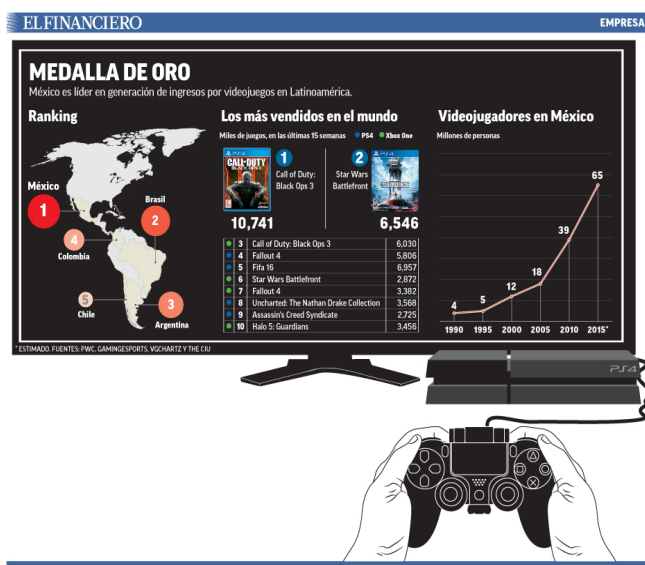
1.7 Contexto Nacional e Internacional del Área de Trabajo.

Localizadora Latam (Lola), trabaja para algunas de las empresas desarrolladoras de videojuegos más importantes a nivel mundial, según Hevia (2012) la decisión de localizar o no un videojuego y el nivel de localización están estrechamente relacionadas con estrategias de mercadotecnia para que los usuarios puedan sentirse identificados. La localización de un videojuego permite al jugador percibir que estos productos multimedia interactivos fueron diseñados para ellos.

Además de la adaptación del idioma original al español neutro, Lola, produce música original, se realizan *foleys* (ver glosario), traducciones, post producción de audio, etc. La empresa trabaja estrechamente con actores, directores e ingenieros de distintas nacionalidades, promoviendo un intercambio cultural que se refleja en el resultado final de cada proyecto.

Lola, ha logrado posicionarse entre las empresas favoritas de algunas desarrolladoras más importantes como Activision Blizzard, desarrolladora con el mayor récord de recaudación en la industria del entretenimiento, superando a la industria del cine al venderse 3 millones de copias aproximadamente en un mes con el videojuego Call of Duty: Advanced Warfare en 2014, según información del medio digital Vanguardiamx (2015) ese mismo año, Blizzard rompió el récord de la producción más cara de la historia con el videojuego Destiny, el cual contó con un presupuesto de 380 millones de euros. Cabe la pena resaltar que ambos videojuegos que rompieron récord en ventas y presupuestos, fueron doblados al español por Localizadora Latam (Lola Mx).

López (2016) indica que en 2015, el videojuego para Play Station 4, Call of Duty: Black Ops 3, lideró el ranking de videojuegos más vendido a nivel mundial con 10 millones 741 mil unidades vendidas.



El Financiero (2016). Ilustración del Ranking de videojuegos a nivel mundial. [Figura]. Recuperado de: <http://www.elfinanciero.com.mx/pages/medalla-de-oro.html>

II. PLAN DE PRÁCTICAS

2.1 Acuerdo Contractual de Horario

De forma conjunta entre la empresa Localizadora Latam (Lola Mx), la Universidad Rafael Landívar y la practicante, se acordó que la práctica supervisada constaría de un total de 450 horas, a través de una carta compromiso, labor que inició el 5 de junio y finalizó el 29 de agosto del año 2017.

En el documento mencionado anteriormente, Localizadora Latam, se comprometió y proporcionó un espacio adecuado para la estudiante como una colaboradora más de la empresa, no otorgó ningún tipo de remuneración económica, respetó la jornada laboral de tiempo completo establecido de 10:00 am a 19:00 hora local de la Ciudad de México de lunes a viernes durante 3 meses. La empresa designó al Project Manager y Director General de Producción, Sergio Madrigal como intermediario, quien asignó labores relacionados a la Carrera de Ciencias de la Comunicación a la practicante.

2.2 Descripción del Departamento Asignado

Inicialmente, el área asignada para la realización de la práctica supervisada fue el Departamento de Producción debido a que Localizadora Latam, Lola Mx, no cuenta con un Departamento de Comunicación establecido.

La empresa se dedica a la producción y diseño de sonido, por esta razón cuenta con personal capacitado en las áreas de traducción, edición de audio, grabación de audio, masterización y revisión de calidad. Por otro lado, Lola Mx contrata personal de forma esporádica para las funciones de dirección, actuación y contrata a empresas externas para el manejo de redes sociales, página web y diseño gráfico. Por lo tanto, la empresa identificó la necesidad de un departamento o persona encargada de desempeñar funciones relacionadas al tema de comunicación interna y externa, principalmente para la realización de contenido multimedia.

2.3 Objetivos

2.3.1 Objetivo General

Ejercer como productora de contenido multimedia dentro del departamento de producción de la empresa Localizadora Latam S. C.

2.3.2 Objetivos Específicos

- Implementar los conocimientos adquiridos durante la carrera de Ciencias de la Comunicación para el apoyo de las labores dentro de Localizadora Latam, Lola Mx.
- Generar contenido multimedia para las redes sociales, página web y uso interno de la empresa.
- Producir cápsulas audiovisuales y un video institucional para la empresa Localizadora Latam que demuestre la cultura interna de la empresa.
- Diagnosticar el funcionamiento y la optimización de la página de internet de la empresa.
- Presentar una propuesta que corrija las posibles fallas del sitio web de la empresa optimizando este canal de comunicación de Lola Mx.
- Compilar material fotográfico y audiovisual de los actores para los clientes de la empresa.
- Efectuar la grabación de locuciones para pruebas de sonido requeridas,
- Asistir a reuniones, conferencias, grabaciones requeridas por la empresa Localizadora Latam, S. C.

2.4 Funciones Pactadas a Desarrollar

Al inicio de la práctica se pactó realizar tareas como asistente de producción de la empresa lo que implicaba:

- Velar por el cumplimiento de los aspectos técnicos y procesos de las áreas de pre producción, producción y post producción.
- Apoyo en la gestión de proyectos de la empresa en conjunto al Project Manager y Gerente General de Producción, Sergio Madrigal. La función principal consiste en la redacción de correos a los clientes, indagación, explicación y resolución de problemas, si en determinado caso hubiera una deficiencia o error de entrega a los clientes.
- Coordinación de talento, horarios de estudios, y asistencia en sala de grabación.
- Limpieza y edición de sesiones grabadas en el programa Pro Tools.

2.5 Presentación de las Modificaciones y Análisis de las Razones

Tras pactar el acuerdo entre la Universidad Rafael Landívar, la empresa Localizadora Latam y la practicante, se acordó realizar funciones como asistente de producción, debido a que el Cofundador, Luis Daniel Ramírez, identificó una necesidad en esta área. Sin embargo, la empresa consideró fundamental un proceso de capacitación en tema de audio, principalmente para el aprendizaje de los shortcuts y dominio del programa de edición de audio, Pro Tools, herramienta que la empresa utiliza para la edición y grabación de proyectos.

Aunque no se estipuló en el plan de prácticas, se analizó y determinó la falta de contenido audiovisual actualizado en la empresa, por ello se produjo contenido multimedia que pudiera resultar útil para Lola Mx, proyectos en los cuales se demostró el dominio en software de post producción como Adobe Creative Suite y Final Cut Pro X.

A partir de ese momento, el jefe inmediato Sergio Madrigal, permitió libertad a la practicante para el desarrollo creativo y aplicación de conocimientos adquiridos durante la Carrera de Ciencias de la Comunicación.

Se produjo un video institucional, se realizó una serie de cápsulas para las redes sociales de la empresa en las cuales se ejecutó un proceso de pre producción, producción y post producción para la publicación de las mismas y se estableció la línea gráfica para la empresa. Posteriormente, el Project Manager asignó el trabajo de grabación y edición de pruebas de sonido solicitadas por algunos de los clientes de Localizadora Latam.

Tanto en esta ocasión como en la producción de contenido audiovisual, se aplicaron conocimientos en dirección, composición, edición e iluminación. Adicional, se solicitó apoyo en la toma de fotografías del equipo, la microfonía y la prueba de sonido en general. La edición de sesiones y limpieza de audios en Pro Tools y el software iZotope se realizó únicamente durante el proceso de capacitación, para la realización de las cápsulas y el video institucional.

Por los altos estándares de calidad que se manejan en Lola, principalmente con desarrolladoras de videojuegos internacionales, tanto los Cofundadores como el Director General de Producción no consideraron viable la edición de audios para los distintos videojuegos y series debido al nivel de responsabilidad, puesto que la practicante en comunicación no contaba con una especialización o dominio total en este tema en comparación a los ingenieros en audio que laboran en la empresa.

Debido a que la empresa cuenta con personal con estudios en ingeniería de audio, música, traducción y conocimientos en videojuegos, aún no existe una plaza fija dentro de la empresa para una comunicadora o actriz que cuente con conocimiento en comunicación, actuación, actuación para doblaje o locución, por ello, por la escasez de tiempo por parte de las y los colaboradores y por indisposición de las actrices originales, la practicante tuvo una oportunidad en la cual realizaron *retakes* (ver glosario) o grabaciones de tomas extras que eran de carácter urgente para versiones de prueba no oficiales.

Al inicio se acordó que la practicante debía asistir ocasionalmente en sala de grabación, trabajar en conjunto a la Coordinadora de Talento los horarios de estudios y apoyar en la gestión de proyectos. Por motivos de confidencialidad en la información, la estudiante tuvo la oportunidad de desempeñar estas labores durante la última semana de prácticas, pues debido a las tormentas en Ciudad de México durante los meses de julio y agosto, los colaboradores se vieron obligados a realizar reparaciones en los estudios por infiltración de agua en algunos estudios de grabación.

Los daños ocasionados por las condiciones climáticas en algunas salas de grabación, ocasionaron el uso de dos recursos vitales para la empresa que fue el recurso humano y el tiempo, por ello se solicitó apoyo de la practicante, quien asistió como representante de la empresa a la capacitación de realidad digital y narrativa en 360 grados “Virtualmente”, evento que se llevó a cabo en las instalaciones de Pro México, organismo del Gobierno Federal mexicano encargado de fortalecer la participación de este país en la economía internacional.

III. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

En el apartado que se presenta a continuación, se exponen contenidos y teorías de diversas materias que se fusionan en el campo de la comunicación y el lenguaje, y cómo este sistema de signos, símbolos y la forma en la que se transmiten durante el proceso de comunicación se aplica en la industria del doblaje para videojuegos, un campo actualmente inexistente en el país.

Desde una era primitiva el ser humano posee la necesidad de comunicarse. Según Amodio y Bethencourt (2006), basados en los términos del lingüista suizo Saussure (1857-1913) definen la lengua como parte esencial que permite el lenguaje entre individuos; la lengua es el sistema de signos conformado por dos elementos: en primer lugar, el significado que el emisor desea expresar a través de una imagen o concepto mental y el significante que es la imagen acústica (p.31). El mundo entero y las formas de relacionarse han evolucionado con el creciente desarrollo de la tecnología. Los autores exponen que una palabra que pasa de una cultura a otra puede adquirir un nuevo significado o perder el contexto del uso originario, es por ello que el autor resalta que el contexto cultural en la emisión de un mensaje, es vital, “un signo es algo producido por una sociedad para significar algo para sus integrantes” (p.31).

A través de la experiencia de prácticas se logró constatar diversas teorías entre la comunicación y la cultura como la teoría de los códigos del habla de Gerry Philipsen, según el especialista en comunicación intercultural “la cultura no se limita a cuestiones geográficas, sino que es un patrón de símbolos, significados, premisas y reglas que son socialmente construidos e históricamente transmitidos” (Philipsen, 1992 en Fernández y Galguera, 2009, p.129).

Comprendiendo que en todo proceso de comunicación una interferencia puede evitar la llegada de un mensaje a través de un ruido semántico según Dominick (2001), y que la globalización de la cultura y la revolución tecnológica han cambiado a todos los medios de comunicación masivos según López Vigil (2005), la practicante sustenta de forma teórica la importancia de un comunicador dentro de una empresa de audio localización y doblaje para videojuegos y cómo estos conocimientos adquiridos durante la carrera fueron aplicados en un campo laboral a nivel internacional en una industria desconocida en Guatemala a través de su experiencia de práctica.

3.1 COMUNICACIÓN, TECNOLOGÍA Y CULTURA

Aunque la tecnología ha producido un debate, es claro que estos avances están relacionados con la vida humana y en la actualidad esta ha producido una influencia en la cultura moderna, la Escuela de Frankfurt utilizó el término de producción cultural, sin embargo esta ideología fue vista de forma negativa por subestimar la capacidad del público; Theodor Adorno (1903-1969) y Max Horkheimer (1985-1973), hacían una crítica a la relación que existe entre el capitalismo y la cultura. La lógica que estos filósofos plantean es que el término de industria cultural hace referencia a la nueva forma de hacer cultura, con el surgimiento de medios como el cine, la radio y la televisión se producía un abuso a la cultura, la cual perdía valor y se convertía en simple mercancía; lo que significaba que el arte ha llegado a ser producido en búsqueda de un beneficio, principalmente económico, un cambio en los cuales los medios de comunicación se han convertido en los principales responsables.

Según Dominick (2001) el público no es pasivo, ya que estos son capaces de brindar sus propias interpretaciones, este autor expone el ejemplo de James Carey, quien más allá de estudiar las relaciones de poder, se concentra en estudiar cómo la comunicación puede mantener o modificar una cultura a través del uso de mitos por ejemplo en sus historias (p.52).

Luego de comprender la ideología de estos dos filósofos, previo a detallar la importancia del lenguaje en una comunicación intercultural, es preciso cuestionarse en este punto ¿Qué se entiende por cultura? Baptista (2009) dice que la cultura es un conjunto de expresiones de una sociedad que se aprende a través de símbolos por los cuales nos comunicamos (p. 91). Como cita Strauss en Amodio y Bethencourt (2006), “La cultura puede considerarse como un conjunto de sistemas simbólicos que tienen situados en primer término el lenguaje, las reglas matrimoniales, las relaciones económicas, el arte, la ciencia y la religión” (p.18).

Los medios de comunicación han jugado un rol importante entre la cultura, la tecnología y la comunicación; estos han utilizado la tecnología para hacer valer su sentido informativo como afirma Córdova (2013), la tecnología y la comunicación dan lugar a la aparición de masas que lleva información a grandes grupos de personas a través de medios masivos, concordando con

parte de la ideología de Adorno y Horkheimer en que los medios dan pie a la aparición de esta cultura de masas. Para comprender mejor la influencia de la tecnología en la comunicación y la cultura, se definirá qué es comunicación masiva y qué son los medios de comunicación masiva o medios masivos.

3.1.1 Medios de Comunicación Masiva

Antes de definir los medios de comunicación masiva, es necesario aclarar el término “comunicación masiva”, los elementos esenciales propuestos por Dominick (2001) para que exista comunicación tanto en el proceso de comunicación de masas y otros tipos de comunicación son: la fuente, codificación, mensaje, canal, decodificación, receptor, retroalimentación y ruido (p.5).

La Fuente o el emisor es aquel que crea un mensaje o lo transmite. El elemento de codificación es donde pasa la fuente para comprender las ideas. El código es el conjunto de signos, símbolos, sonidos, imágenes u otros elementos que permiten una interpretación. El mensaje se crea a través de los dos elementos anteriores, este elemento es la idea que se desea transmitir y viaja a través de un canal. El canal como se describe anteriormente, es el vehículo por cual viaja el mensaje, es decir el medio. La decodificación por otro lado es distinta al de la codificación, este elemento interpreta o traduce el mensaje con el objetivo que signifique algo para su receptor. El Receptor, es aquel o aquellos que reciben el mensaje del emisor y actúan según estos mensajes. La retroalimentación es aquella respuesta del receptor y por último un elemento clave es el ruido, o sea todo aquello que interfiera en la llegada del mensaje del emisor hacia el receptor o viceversa.

La comunicación masiva para Dominick (2001) “se refiere al proceso por el cual una organización compleja produce y transmite mensajes públicos, con la ayuda de uno o más instrumentos, que se dirigen a una colectividad, heterogénea y dispersa” (p.15). Una de las principales características de la comunicación masiva “es el público” porque este es heterogéneo, se compone por grupos desiguales, con diferentes características y que se encuentra en un área geográfica donde la fuente y el receptor “no están cercanos físicamente”.

Dido (1999) aclara que el carácter masivo se refiere “a una totalidad”, a un gran número de personas o “todas las personas”, a una “muchedumbre indiferenciada”, según este autor el término debe vincularse siempre a un universo porque el término es relativo, para resumir la expresión “Medios de Comunicación Masiva” se utilizan las siglas M.C.M, este tipo de comunicación “implica la existencia de un mismo mensaje para todos simultáneamente”.

Según Boni (2008) los medios de comunicación de masas o mass media proviene del latín *medium* que significa medio o instrumento. “Los media serían por tanto los medios, concretamente, medios de comunicación y comprenderán cualquier medio en su especificidad” (p.21).

Es importante resaltar una de las aclaraciones de Joseph Dominick, quien expone que la comunicación masiva como se conoce en la actualidad, se encuentra en un cambio constante, el proceso de la comunicación masiva “se ha vuelto más selectivo y se dirige menos a las masas” (p.25), él determina este cambio en la sociedad como una fragmentación o segmentación del público de los medios debido a diversos factores, pero concluye que la comunicación masiva “es el producto final de más de una persona” (p.15).

El medio de comunicación masiva que se analizará para el objeto de este trabajo de grado será el de los videojuegos comerciales para consolas; Boni (2008) cataloga los medios de comunicación masiva como el conjunto de medios de divulgación de la industria cultural, en los que la UNESCO también incluye a los videojuegos. Además, Castells también los clasifica de esta forma como productos de las nuevas tecnologías de comunicación.

En forma de conclusión se puede aclarar que no todo sobre la industria cultural y los medios masivos es negativo y como todo cambio se producen ventajas y desventajas, pues según UNESCO y PNUD (2014) a partir de la década de 1980 el término de industrias culturales empezó a perder connotaciones peyorativas e inició a abarcar espacios diversos como la música, el arte, la moda, la escritura, el diseño y la industria de los medios. Sin embargo, no todo se orienta a la tecnología; la UNESCO en su informe sobre la economía creativa en edición especial del 2013 clasifica los videojuegos dentro de las *industrias culturales creativas*, se apela al

término de industria creativa porque son producidos por las industrias culturales pero que dependen de la innovación y el desarrollo de softwares como los videojuegos.

“En el videojuego, la comunicación adquiere un cierto grado de interactividad, ya que el receptor del mensaje: usuario, actúa sobre las imágenes que observa a través de distintos mecanismos periféricos: teclado, joystick o ratón. Sin embargo el usuario se mueve entre los límites definidos en los programas, actúa sobre el canal pero no puede enviar su mensaje de vuelta hasta el emisor” (Fernández y Muñoz, s.f., p.128).

Es importante mencionar que la industria cultural produce cultura para las masas, y tanto por el crecimiento de las nuevas tecnologías como el alcance que los videojuegos han logrado, estos se pueden definir como medios masivos porque a pesar de su interactividad y participación con los receptores, el contenido de estos es establecido por un guionista. Muñoz y Fernández (s.f) resaltan que la interactividad no es sinónimo de retroalimentación o feedback, porque aunque el jugador tenga la posibilidad de movimiento para el personaje, este no puede afectar el contenido o las reglas del juego.

Si los mass media son los medios de divulgación de la industria cultural y los videojuegos están llenos de referentes culturales, además si comparamos el proceso y los elementos de la comunicación de masas según Dominick, los videojuegos pueden clasificarse como tal, pues aunque sus usuarios pueden interactuar entre ellos, estos no pueden cambiar los personajes o las situaciones determinadas por los desarrolladores o creadores de los videojuegos y sus historias.

Los medios masivos influyen en gran parte en la ideología de la sociedad, brindan información, además se dice que los medios de comunicación poseen poder y una de las principales fortalezas de los videojuegos es el poder de sus mensajes, se debe resaltar que los medios masivos se dirigen a un público heterogéneo, los jugadores o usuarios lo son, pues durante el proceso de decodificación o interpretación entran en juego factores como el significado que sus jugadores le den a dichos mensajes, sin embargo Dominick (2001) coloca los videojuegos como un ejemplo de la hegemonía cultural, porque aunque permiten a los usuarios cierta libertad en interpretación

cultural y que pueden encontrarse diversos significados en un mismo mensaje, estos de forma inconsciente refuerzan la ideología social dominante (pp. 52-54).

A. Videojuegos

Los videojuegos han generado interés por su impacto económico y como un producto mediático rentable, por ello se han convertido en “los nuevos” medios según Uribe, Espinosa y Rocallo (2017).

Considerar los videojuegos como pérdida de tiempo o creer que estos no son un medio de comunicación es una creencia alejada de la realidad, Gómez (2014) expone en su texto el ejemplo de los cómics. William Moulton Marston, creador del personaje de la mujer maravilla, advirtió en el año 1942 “No se rían de los cómics”, los cuales tuvieron éxito luego que Stan Lee los impulsara a ser válidos como un medio de comunicación capaz de transmitir mensajes e ideas de asuntos serios: como el problema social del consumo de las drogas, la “Comics Code Authority” (Autoridad del Código de Cómics o CCA por sus siglas en inglés) cambió sus reglas, luego que Stan Lee utilizó el personaje del Hombre Araña para discutir este tema en 1971. El autor insta al lector a cambiar “la palabra cómic por videojuegos para señalar que, desde hace años, este medio está experimentando ese mismo proceso” (p.12).

Greenfield (1999) difiere con una de las teorías de McLuhan (1911-1980), quien en el libro “El medio es el mensaje”, consideraba que a través del contenido que se transmitía se podía generar un efecto secundario sobre la psicología y sobre la sociedad, regularmente estos efectos podrían ser negativos, pero este autor resalta un elemento importante y es que durante la época de Marshall McLuhan no existían aún los medios masivos de tal magnitud como los videojuegos y los usos de la tecnología informática avanzada.

¿Cuál es la diferencia entre estos nuevos medios a diferencia de los tradicionales como la radio? Marín (2004) argumenta que los videojuegos y juegos para computadora, atraen por su dinamismo auditivo diferente al de la radio y por interactividad que posee a diferencia de la

televisión o el cine, aunque estos contienen elementos visuales y el dinamismo de la televisión, los juegos de video contienen interactividad.

De la misma forma Greenfield (1999) en el libro “El niño y los medios de comunicación”, compara la televisión con los videojuegos y agrega que este es el primer medio en el que se combina el dinamismo visual con la participación activa de un niño.

Una vez más McLuhan y sus teorías salen a la luz, este crítico, dijo alguna vez en una de sus teorías que los medios son extensiones del cuerpo humano, y que cada uno de ellos podrían provocar sus propios cambios culturales, es allí donde entra en juego la *localización de audio* para videojuegos, en la cual existe una influencia entre estrategias de marketing, cultura y comunicación; aunque será un tema a definir en otro apartado, es importante realizar una breve introducción a este mundo de traducción audiovisual, la idea de localizar es según Méndez (2016), un proceso de adaptación lingüística y cultural de un producto para un mercado local de destino, es por ello que diversos autores lo consideran como una práctica de la traducción.

Hevia (2012) define los videojuegos como productos multimedia interactivos, softwares de entretenimiento, a través de textos, imágenes y sonido, estos softwares pueden ser jugados desde distintas plataformas electrónicas; el objetivo principal de estos productos multimedia es el entretenimiento de sus usuarios, que en la actualidad resultan ser jugadores de todas partes del mundo y de distintas edades (p.145).

“...los videojuegos son en sí mismos una producción repleta de referentes culturales que, al mismo tiempo, forman parte de la cultura popular y se convierten en sí mismos en un referente cultural...la propia cultura acaba haciendo acto de presencia en toda creación de ocio electrónico; aunque el universo recreado sea imaginario, pueden aparecer referencias al estilo de vida de un país concreto, referencias a la mitología de alguna cultura, jergas y formas de hablar propias de un territorio y de una lengua concretas...”

(Méndez, 2016, p.753).

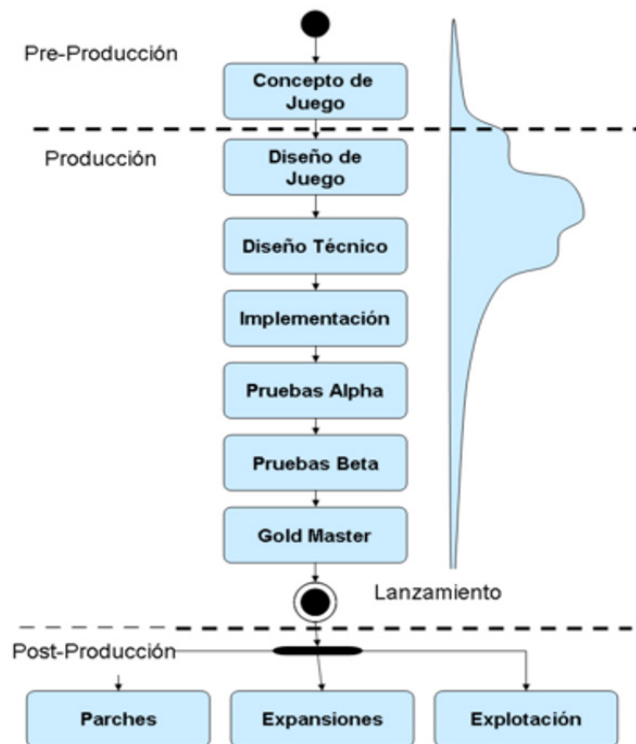
Existe quizás un sinnúmero de explicaciones y autores, que han intentado definir de forma limitada y concisa todo lo que conlleva la palabra “videojuego”, según Méndez (2015), es debido al crecimiento y la adaptación de estos softwares en el mercado que existen diversas percepciones de lo que es un videojuego.

Explicar lo que representa un videojuego no basta con una simple definición, Hevia (2012) aclara que en la actualidad, estos contienen historias más elaboradas, el desarrollo de un videojuego conlleva a un trabajo y una producción con gráficos realistas y avanzados, la autora los define como películas interactivas, donde se busca que el jugador viva una experiencia satisfactoria y aunque anteriormente las empresas desarrolladoras no otorgaban mayor importancia a la *localización* (término que será explicado más adelante), con los avances este proceso ha adquirido mayor relevancia, pues gracias a las ventas a nivel mundial, las empresas desarrolladoras y distribuidoras de softwares de videojuegos obtienen ganancias millonarias, y aquellas que deciden localizar un videojuego aumentan aún más las ventas en el mercado meta (p.145).

Como todo medio de comunicación ya sea con fines educativos, informativos o de entretenimiento, los videojuegos según Manrubia (2014) poseen etapas de pre producción, producción y post producción, según la autora desde el entorno en España, “El desarrollo del juego, a lo largo de su ciclo de vida, se puede asemejar al de una película de cine...” (p. 792).

Manrubia (2014), aclara que una de las etapas más costosas es la fase de producción del videojuego, “participan multitud de profesionales de ámbitos muy específicos, con clara especialización en función de las subfases en las que se ubiquen” (p.792).

A continuación se presenta una figura en la cual se detalla el proceso utilizado para el desarrollo de un videojuego:



El proceso productivo del videojuego: fases de producción.[Figura] por A. Manrubia (2014). Universidad Complutense de Madrid

La autora clasifica la etapa de grabación y diseño de elementos sonoros, dentro de una fase de diseño artístico en la etapa de producción, en forma simultánea que se realiza el diseño de elementos gráficos, luces, cámaras, la narrativa y se definen las interfaces, o sea el proceso en el cual el usuario podrá interactuar con el juego. Los elementos sonoros que conforman un videojuego incluyen voces, ambientes, música y efectos.

Aunque la grabación de audios es una etapa de producción, llegar a esta fase es imposible sin el etapa de pre producción no se realizó un guión con indicaciones y detalles. El guión es el “Texto en que se expone, con los detalles necesarios para su realización, el contenido de un filme o de un programa de radio o televisión” (Real Academia Española, s.f., 23.^a edición).

1) Los Videojuegos en México

Se aclaró que los videojuegos y otros medios de comunicación masiva, forman parte de lo que se conoce como industrias culturales, García (s.f) explica que los cambios de la cultura iniciaron a partir de los sesentas.

Según González (2000), los videojuegos llegaron a México a finales de la década de los setenta, se introdujeron al país los aparatos Atari, que funcionaban a través de monedas y una palanca *joystick* de cuatro direcciones.

Entre los años 80 surgieron ensambladores de máquinas, en el Distrito Federal inició la alteración y transformación de programas y juegos caseros, para que estos funcionaran como máquinas de monedas, por lo que hubo un declive para los Atari; los armadores de máquinas ensamblaban los juegos a monitores, muebles con botones y palancas; los videojuegos perdieron su valor debido a una crisis económica, y el uso de juegos domésticos o consolas caseras aumentaron debido a los avances tecnológicos.

Sin embargo el boom para la industria de videojuegos en México, fue a partir de 1992 con el lanzamiento de copias ilegales y la distribución no autorizada de Street Fighter II, según González (2000), se lograban recaudar \$400,000 pesos mexicanos por semana.

Para el autor, los videojuegos impulsan la tecnología de vanguardia y han sido un motor de desarrollo de las tecnologías de la información, aunque para padres de familia y educadores de diversos países los efectos de estos son un tema controversial, aún en la actualidad.

Aunque existen más investigaciones sobre los efectos negativos y la adicción que estos pueden provocar en usuarios jóvenes, principalmente en niños, a pesar de ello, cabe la pena resaltar que estos son algunos efectos que también provocan ciertos programas de televisión o cine.

Los videojuegos son mercancías, producto de una economía política que se inserta en la cultura y el entretenimiento. A pesar que en México se ha convertido en un negocio rentable, al menos el

50% de los ingresos obtenidos son de forma ilegal, la piratería es uno de los problemas que no se pueden obviar, este país también es uno de los más problemáticos en Latinoamérica que provoca pérdidas para las empresas desarrolladoras de videojuegos, como en el caso de Street Fighter II. En la actualidad, solo en este vecino país, la industria de los videojuegos generó un 13.3% más con respecto al año 2015, equivalente a \$22,852 millones de pesos mexicanos, aproximadamente unos 10 millones de quetzales, con más de 65 millones de usuarios.

Lo que es de suponer, que la producción de contenido para estas plataformas va en aumento, según Zúñiga (2017) en un artículo para la revista Forbes México, se estima que al finalizar el año 2017, este mercado alcance una venta de más de 24 millones de pesos y para el 2018 unos 27 millones de pesos mexicanos, debido al desarrollo de nuevas tecnologías.

González (2000), concluye con que los videojuegos son mercancías tecnoculturales, que se propagan sin importar niveles socioeconómicos ya que para los jóvenes, estos son un desafío de habilidades y una forma de entrenamiento de estas habilidades.

A partir del contexto de este apartado, se puede realizar una breve introducción para comprender la diferencia entre internacionalización y globalización; la primera consistió en abrir fronteras de una sociedad para lograr incorporar los mensajes de otra; la segunda es la interacción entre diversas culturas con la economía y es en este punto en donde entra en juego la localización y audio localización de un videojuego, es importante mencionar que una de las principales barreras de la comunicación que son capaces de distorsionar los mensajes son las barreras semánticas como el idioma, es por ello que las empresas desarrolladoras de videojuegos enfocan parte de sus esfuerzos en la localización y doblaje de videojuegos, tema que se ampliará a continuación.

3.1.2 Localización de videojuegos

“The process of modifying a product so that it is readily accepted in a different country, culture, or region of a world (Microsoft, 1993:XV)” (Scholand, 2002, p.5).

A. GILT

Previo a definir lo que engloba la localización, es fundamental definir la razón por la cual se utiliza este en lugar del término “traducción”, para ello se utilizará como referencia el acrónimo de la Globalización, Internacionalización, Localización y Traducción (GILT).

Las siglas GILT en inglés, son procesos más comunes en el mercado de la traducción gracias al avance de las tecnologías, además ha sido el de mayor impacto en esta industria, debido a los textos con los que se trabajan desde la popularización de las computadoras a partir de los años 80 (Biau, 2005:15 citado en Angosto, 2015, p. 10).

Se definirá cada una de las palabras que forman el acrónimo, creado por lo que un día fue la asociación más antigua de la industria de la lengua, LISA *“Localization Industry Standards Association”*.

1) Globalización

Según Raquel (2012) “Globalizar significa poner a disposición de todo el mundo un producto o un servicio”, este es un concepto más orientado hacia el área de marketing.

El término incluye las fases de internacionalización y localización, según Zanardelli (2015). De la misma forma Angosto (2015) expone el frecuente error en considerar que el término localización y el término globalización son equivalentes, la diferencia es que la localización afecta un mercado local y la globalización a un mercado global, en su trabajo de grado, este autor define el término globalización según la asociación LISA, el autor concluye que globalización

“es una actividad económica que consiste en sacar a un determinado mercado un producto o servicio que previamente se ha internacionalizado y localizado” (pp. 11-14).

2) Internacionalización

Es el diseño o desarrollo del producto, es comúnmente abreviado como I18N, cada una de las siglas que integran GILT se identifican de una forma similar, 18 es el número de letras que hay entre la “I” y la “N” de la palabra Internacionalización. Angosto (2015), argumenta que este término hace referencia al proceso previo en que se preparan los productos, servicios o contenido digital, con el objetivo de facilitar la adaptación a un idioma y una cultura específica, según LISA, la localización de un producto que no esté internacionalizado cuesta el doble de tiempo y dinero en un proceso de reingeniería, básicamente es identificar la información local (p.13).

García (s.f) agrega que la internacionalización genera nuevos desafíos como el diseño de políticas que puedan promover y regular la producción y comercialización de la cultura como acuerdos sobre aranceles, derechos de los consumidores, propiedad intelectual, etc.

Este proceso tiende a realizarse previo a la localización para facilitar este proceso, a través de la separación de elementos que dependen del contexto cultural y así evitar un rediseño del producto para cada idioma, porque adapta elementos en realidades locales según Zanardelli (2015).

Por otro lado, Chandler y O'Malley (2005), consideran el contexto cultural del videojuego como una herramienta que agregar en el proceso de pre producción, en el texto colocan el ejemplo del uso o referencia de un artista o una persona famosa en el videojuego, si este no es reconocido fuera de su país de origen, por ejemplo fuera de Estados Unidos, no tendrá ningún impacto en el consumidor final, en cambio si los jugadores son convencidos que la versión internacional fue adaptada a su versión desde el inicio, los jugadores podrán sentirse satisfechos e identificados con el juego, obtendrán la misma experiencia que el jugador de la versión “original u oficial”, otro ejemplo que se expone, es el de la caracterización de un personaje, en este caso el editor o persona encargada de los diseños, puede incluir diferentes opciones de etnias o nacionalidades y

esta clase de detalles van más allá para los jugadores, brindando una fidelidad y calidad con las desarrolladoras y distribuidoras de videojuegos.

3) Traducción

La traducción es el último proceso, pero no el menos importante ni el más veloz según Raquel (2012), esta es una parte de la localización que no se encarga únicamente del idioma.

Por otro lado la traducción es una fase dentro del proceso de adaptación del contenido y a la presentación a la cultura de un mercado específico según Translateyourlife (2012), además, la localización no se reduce únicamente a la traducción, sin embargo es común encontrar el término de localización orientado más al hecho de traducir y de adaptar contenido del software o de páginas web.

Desde una perspectiva orientada hacia el mundo de los videojuegos, es necesario comprender que la localización de videojuegos es un todo y se partirá desde los elementos traducibles de un videojuego establecidos por Heather Maxwell Chandler, productora de videojuegos y autora de diversos libros acerca de esta industria; se exponen a continuación dichos elementos nombrándolos *Assets*, los cuales están divididos en los textos que aparecen en pantalla (in-game text assets), gráficos textuales (art assets), componentes de audios (audio assets), componentes cinematográficos (cinematic assets) y materiales impresos (printed materials o box and docs) (Chandler, 2005:51 citado en Granell, 2012, p.27).

Hevia (2012) también expone los componentes (assets) de los videojuegos, agrega que cada uno de estos debe de ser traducido integralmente para la satisfacción de los jugadores, y que estos logren una experiencia similar al juego original (p.146).

Además del conocimiento del idioma, la cultura, dominio de expresiones lingüísticas y otros elementos, algo esencial para aquellos traductores que desean laborar en este mundo de entretenimiento interactivo, es que deben poseer conocimiento sobre los videojuegos, según Bateman (2012) “Los jugadores de videojuegos pueden detectar a kilómetros de distancia cuando

un tercero que desconoce de juegos ha participado en la traducción de elementos importantes del texto o en la interfaz del usuario” (p.206).

Debido a que uno de los objetivos de los videojuegos es establecer un vínculo afectivo entre el usuario y el juego según Hevia (2012), la traducción debe realizarse de forma natural.

Granell (2012) asegura que “alrededor de la mitad de los videojuegos que se venden, son versiones internacionales traducidas y adaptadas a lenguas, culturas y mercados distintos a los de versiones originales” (p.24). Este autor resalta la importancia de la traducción, debido al alza de la industria del entretenimiento, en comparación a la industria del cine o la música.

4) Localización y Localización de Audio (Audio Assets)

La localización es más que un proceso de traducción de un juego de su idioma original a otro, por ello Scholand (2002), aclara que la localización se divide en tres ámbitos: la localización técnica, la localización nacional y la localización cultural; la primera trata sobre la adaptación de procesos técnicos como el uso de caracteres especiales y la compatibilidad del sistema operativo, la segunda es la adaptación de los alfabetos, convenciones de símbolos y formatos y la localización cultural trata de la adaptación del software y la documentación a las características culturales de un lugar (p. 5).

“ Localización puede ser definida como la adaptación lingüística y cultural de contenido digital respecto al contenido y requerimientos locales de un mercado extranjero y la provisión de servicios y tecnologías para la gestión del multilingüismo a través del flujo de información global digital ”

(Traducción propia, Schaler, 2007: 157 citado en Angosto, 2015, p.12).

Chandler y O'Malley (2005) clasifican la localización en cuatro clases:

El primero es la localización, definen este como un proceso de traducción del videojuego a otros idiomas, una observación importante que resaltan nuevamente como otros autores, es que si la fase de internacionalización fue realizada de forma correcta, en este proceso de localización no se necesitarán agregar elementos o adaptar nuevamente la traducción y lograría un trabajo menos doloroso, pero optar por la localización aunque puede representar una ventaja, presenta riesgos para las empresas distribuidoras, principalmente en tema de dinero, por ejemplo el hecho que no se venden las copias suficientes para cubrir los costos de este trabajo es un riesgo, por ello, previo al trabajo de localización, es necesario que se conozcan las necesidades y expectativas de cada juego.

La segunda localización se trata del manual y el embalaje o el empaque de la caja, estos tienden a conservar su idioma original, en este caso los desarrolladores de videojuegos muchas veces deben ayudar al traductor para que este comprenda las especificaciones del juego con términos específicos, sin embargo se expresa que la desventaja de este método consiste en que el jugador realmente no juega un videojuego traducido, un manual localizado ayuda al usuario a entender cómo jugarlo, sin embargo la experiencia no es la misma.

Como tercera categoría la localización parcial, aquí entra en juego la localización de audio, significa que únicamente se realiza la traducción de los *in-game text assets* (descritos en el capítulo anterior), en el texto se resalta que los costos en este tipo de localización tienden a ser menores, de la misma forma el tiempo de adaptación, traducción de los textos en *voiceover*, la contratación de actores, el integrar la localización de las voces utilizando el método de *lip-sync* etc. Por último la localización completa, es en la que los tres anteriores se unen. (pp.7-20).

Para los fines de este informe, la localización desde el ámbito de códigos informáticos y procesos técnicos de adaptación quedará descartada. El objetivo del presente consiste en exponer cómo la voz y el idioma son herramientas de comunicación para una industria de entretenimiento interactivo, que aún es inexistente en Guatemala, pese a los esfuerzos por ser un país productor de esta clase de contenidos de entretenimiento.

La traducción se enfoca en la parte textual, mientras la localización adapta un producto o servicio, se introduce a la cultura en general del mercado al que se desea llegar, Josué Monchan, localizador de videojuegos en España, se refiere a esta especialidad como una adaptación cultural; en una entrevista realizada por Alex CD (2014), este reconocido localizador, expresa que la adaptación cultural toma como referencia desde composiciones musicales hasta referencias de personajes conocidos en cada país.

Aunque se permite que el jugador se sienta identificado con la adaptación, cuenta con la desventaja de generar lo contrario en los usuarios si el jugador no comprende la referencia. Por ejemplo, implica la adaptación de símbolos, íconos, colores, gráficos que puedan ser ofensivos para ciertas culturas, formatos numéricos de fecha y hora, etc.

Sin embargo, Hevia (2012), difiere en algunos aspectos con Monchan, ella expone que la localización de videojuegos debe considerarse como una nueva modalidad de traducción (p.147).

Como forma de conclusión de este capítulo, en Translateyourlife (2012), se aclara que GILT son procesos obligatorios para hacer un producto global, cada uno de estos aspectos de traducción de un idioma a otro se involucran automáticamente, como plantea Torres (2014) “ Desde sus inicios, la localización de videojuegos se ha convertido en una parte esencial de las estrategias de globalización...hemos podido comprobar que en los inicios de la industria tan solo se localizaba al inglés, algo que ha cambiado con la globalización” (p.17).

¿Qué importancia tienen los procesos GILT, principalmente la Localización de audio para Latinoamérica desde el campo de la comunicación? Según los datos presentados por el sitio de estadísticas mundiales de Internet, *Internet World Stats*, para diciembre de 2016, Guatemala contó con el 1.8% y México con el 23.8% de usuarios en Internet que hablaban español a nivel mundial (<http://www.internetworldstats.com/stats7.htm>).

Las cifras concuerdan con los datos presentados por el Instituto Cervantes (2017), en este informe se demuestra en cifras que el español es el segundo idioma con mayor número de

hablantes nativos y es el segundo idioma más importante de comunicación internacional desde una perspectiva económica.

Según los informes de este año: México, Estados Unidos, Canadá y España suman el 78% del poder de compra de los hispanohablantes ¿Qué relación tienen estas cifras con la localización de videojuegos? Porque “La localización de productos amplía la posibilidad de éxito dentro de mercados culturales específicos” (Waisbord y Jalfin, 2009, citado en Uribe et. al, 2017, p. 205).

Desde la perspectiva de la comunicación, según Amodio y Bethencourt (2006), a través de los mensajes verbales o sea cuando interviene el lenguaje para la transmisión, se cumple de forma completa un proceso comunicativo.

Según Piñango (2009), el lenguaje humano es un sistema cognitivo, o sea una capacidad de la mente, que permite o limita la comunicación verbal; según la autora, el lenguaje se puede comprender desde dos puntos de vista; el primero, es el punto de vista del símbolo o signo, el cual se vale del sistema auditivo-articulatorio que se convierte en el sistema del habla, comprendido por subsistemas buco-facial y laríngeo, el sistema auditivo-articulatorio es un codificador o decodificador del sistema lingüístico; el segundo, es desde el punto de vista del contenido o del significado o sea el sistema de estructura conceptual, se relaciona con el entendimiento del mundo exterior, Piñango expone que de esta forma se captura un contenido, convirtiéndose en una representación mental y esta representación es el concepto, que aunque llega gracias al sentido de la vista y del oído, gracias a la conexión con el sistema lingüístico se puede acceder a esta imagen visual (pp.148 y 149).

El mensaje no transmite únicamente contenidos o conceptos, sino que también intervienen las emociones, según Piñango (2009) “trasmite también informaciones sobre su intencionalidad y el estado anímico del emisor. En este proceso es fundamental la entonación, que sirve para orientar la decodificación del mensaje de parte del receptor” (p. 53). Es por esta razón que en un medio como un videojuego, se realice esta fase llamada localización y por qué es vital que el comunicador contratado para este fin contenga dominio no solo en el campo de la locución, sino en la actuación, a continuación se fundamentarán algunos de los recursos necesarios en doblaje.

3.2 ACTUACIÓN Y LENGUAJE

El arte, engloba un conjunto de disciplinas con fines estéticos, cada una de estas disciplinas son creaciones del hombre como una forma de expresión y comunicación de ideas y sentimientos que el ser humano utiliza para relacionarse con la sociedad, según el Ministerio de Educación y Ciencia de España (2007), la expresión teatral es un arte escénico, una manifestación cultural y artística con un acto comunicativo de un actor ante un espectador, el tipo de comunicación puede ser tanto oral como a través de la expresión corporal.

“ El proceso de la comunicación supone codificar y decodificar los signos, ciertamente. Pero va mucho más allá de eso: busca entablar una relación activa, interactiva, con el receptor. Intercambiar con él sus opiniones, sus valoraciones personales, sus verdades. En la coincidencia de significados y la diferencia de sentidos radica precisamente la enorme riqueza de la comunicación humana”

(López Vigil, 2005, p. 34).

Caballero (1994) define al actor como la persona que representa una acción ante un grupo de espectadores, a través de una transformación en un “personaje”, es quien representa a través de su imaginación propia los sentimientos e ideas y que a través de su voz y cuerpo (p.12).

“ En el teatro, supone Stanislavski, hasta la mentira más obvia debe convertirse en verdad para ser arte” (Stanislavski, 1980, p.23).

Un actor artista es aquella persona que posee una gran vocación y la capacidad de actuar y hacer arte ante cualquier escenario, según Vázquez (2007), quien cita a Antonio González Caballero, uno de los actores de teatro más reconocidos de México por crear el Método de Actuación A. González Caballero, método que aún después de su muerte continúa siendo utilizado y enseñado a futuros actores, en el sitio de Vázquez se aclara que la estructura general de su metodología se tomaban en cuenta los siguientes factores principales: El A-B-C, elementos, zonas del cuerpo, la edad, la introversión / extroversión y el sentido.

El ABC utilizado por González Caballero posee influencia de otros grandes actores y directores de teatro, como Stanislavski, quienes lo plasmaron en sus libros. A diferencia de Cristian Caballero, quien explica dos elementos esenciales que el actor utiliza para transmitir un mensaje, González, añade un elemento más, lo resume en 3 acciones simples:

A= Acción Interna

B= Acción Corporal

C= Acción Vocal

La acción interna, es el elemento adicional empleado por Antonio González Caballero, el cual consiste en un impulso y sin este impulso no es posible continuar hacia la acción corporal, el autor define la voz como un resultado de lo que proviene del interior y de la acción corporal, de eso trata la construcción de un personaje.

En su libro “La Construcción del Personaje”, Stanislavski expone ejemplos de la vida real para ejemplificar la importancia de estos elementos en la interpretación de un actor.

Stanislavski (1980), añade que este impulso proveniente del interior de cada actor es lo vital en escenario, la verdad exterior no es un tema de interés para este autor, lo importante es cuando surge lo que él llama el momento mágico y creador sí, este consiste en la aparición del alma e imaginación del artista. Un actor debe creer todo lo que se desarrolla en su entorno y en sí mismo a través de la sensibilidad artística hacia la verdad, ¿qué verdad? La verdad de los sentimientos y sensaciones de un actor, el impulso interno... (pp. 22 y 23).

Como expresa López (2005) “las mejores palabras para radio son aquellas que se pueden ver, oler, tocar y saborear, que entran por los sentidos y van derecho a la imaginación”(p. 47).

3.2.1 La Voz del Actor

Previo al detalle de las cualidades que la voz de un actor posee, es necesario comprender que la voz humana es el instrumento fundamental de la comunicación oral, principalmente para aquellos profesionales que viven de esta herramienta, para dominarla en primer lugar se requiere comprender la fisiología y anatomía de la voz humana.

“La voz del actor debe expresar lo que el cuerpo, la mente y las emociones quieren transmitir de cada personaje. Para ello, el actor o la actriz necesitan conectar los pensamientos con el cuerpo y con la voz” (Bustos, 2003, p.181).

Caballero (1994), aclara uno de los errores más comunes y es pensar que la voz cantada y la voz hablada son impostadas de forma distinta; un verdadero actor que proyecta correctamente su voz no necesita siempre un micrófono, según Cristián Caballero “se canta como se habla” (p. 190).

El actor y principalmente el de teatro debe hacer que el público pueda oír y comprender sin mayor esfuerzo pero en este caso, Stanislavski (2011) expone en su libro, que existe un tipo de actor o actriz que tiende a forzar su voz y lo que este forzamiento de voz provoca es un daño a su dicción, su sonoridad, su pronunciación y lo principal, produce un daño a su personaje. Sin embargo también existen casos en los cuales la voz de un actor o actriz puede estar magníficamente educada, es capaz de transmitir matices y expresar las emociones de un personaje, pero posee un timbre de voz desagradable para el oído (pp.149-154).

López Vigil (2005), expone desde la perspectiva de la radio, que la música y los sonidos no son producidos por los instrumentos musicales sino por los oídos, capaces de crear melodías, aunque el doblaje no es lo mismo que la radio, hablar a través de un aparato “es emocionar. Si no, el mensaje no llega, no impacta” (p. 22).

El sonido que produce la voz está compuesto por vibraciones que son captadas por el oído. Las características de la vibración son las siguientes:

- Frecuencia / Tono: Esta nos permite diferenciar entre sonidos graves y agudos en un espacio de tiempo determinado. A mayor frecuencia, mayor agudeza o altura del sonido.
- Amplitud / Intensidad: Esta depende de cada persona y si se produce muy leve podría pasar desapercibido por el oído humano, pero si la amplitud de la vibración es demasiado grande podría dañar de forma permanente el órgano auditivo. La intensidad la constituyen la presión de aire subglótico al pasar por la glotis y las cavidades de la resonancia, que aumentan la intensidad del sonido” (Tulon, 2000, p.34).
- Duración: Como su nombre lo indica es el tiempo o duración del sonido.
- Forma/ Timbre: Según Tulon (2000) representa la relación entre la intensidad y la frecuencia de un sonido, es la característica de cada voz lo que nos permite diferenciar un sonido de otro, comúnmente es denominado como el color de la voz (p.35).

Desde la perspectiva actoral, Stanislavski (2011) considera que cualquier tipo de forzamiento por parte de un actor, destruye por completo el timbre de una voz, lo que impide la expresividad; el autor expone diversos casos “lamentables”, por ejemplo el caso de un actor con un timbre de voz agradable, pero sin expresividad, la voz se convierte insignificante si el actor se preocupa más por sonar encantador, si se preocupa por la forma o timbre de su voz, lo que impide es una proyección. (p.150).

Stanislavski (2011) concuerda con Caballero y añade que no tener la voz en forma es una tortura para un cantante y un actor. Para Stanislavski, la voz del actor o actriz es música cuando posee una voz educada y una técnica vocal; lo cierto es que la voz puede llegar a ser una completa obra de arte, un instrumento capaz de despertar en el público diversas emociones “¿Cómo puede un actor no darse cuenta de que hay toda una orquesta en una frase, incluso en una frase sencilla de seis palabras?...” (p.135).

En conclusión, diversos actores, actrices y directores de teatro concuerdan con que el manejo de la voz es fundamental para la actuación, ¿qué es la voz sin emociones? La voz es un reflejo de los sentimientos, del estado mental y físico de una persona.

Las emociones se sitúan en algún lugar del cuerpo, es por ello que la voz será distinta dependiendo de la zona en la que el actor instale las emociones de los personajes.

A través de la voz, los actores y las actrices logran establecer una forma de comunicación en la que se atrae al público, según Bustos (2003), es por ello que la técnica de la voz es comúnmente estudiada por estos intérpretes, quienes deben poseer un conocimiento de los fundamentos de la fonación (p.183-199).

A lo largo de la carrera de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Rafael Landívar, este fue uno de los cursos introductorios para los comunicadores; tanto para los locutores de cabina en radio, locutores comerciales, actores o actrices de radioteatro o teatro, en general, cualquier persona que desee vivir de su voz necesita conocimientos básicos en el manejo de la voz y compresión de los órganos que entran en juego.

A. Anatomía del Sistema de Fonación

Según la teoría de la fonación de Caballero (1994), la voz del actor debe ser capaz de controlar diversas técnicas entre ellas encontramos la respiración, dicción y expresión.

Antes de entrar en detalle del manejo de estos recursos de actor, es importante comprender a grandes rasgos los órganos del cuerpo humano responsables de la emisión de la voz.

Alonso (2011), aclara que el aparato fonador es aquel conjunto de órganos que intervienen en la producción de la voz, los cuales se encuentran divididos en tres mecanismos:

1) Mecanismo Respiratorio

El manejo del aire, es uno de los elementos vitales tanto para actores como cantantes; Alonso (2011) aclara que este mecanismo es fundamental, “puesto que el origen de la voz es la respiración. Una respiración correcta será la verdadera base de la técnica vocal”(p.16).

Como se definió anteriormente, la voz humana se produce a través de vibraciones, Caballero (1994) resalta que el estudio y práctica de una buena respiración, es básico para el manejo de la voz, “Si la mencionada columna de aire no es expulsada en cantidad suficiente y regular, la producción de la voz será inevitablemente defectuosa en su origen mismo y cansará más o menos al que habla” (p.41).

i. Músculos de la Respiración

Muñoz, Díez e Izquierdo (s.f) consideran necesario el aprendizaje de la respiración antes del aprendizaje de toda actividad dramática. Previo a los tipos de respiración se detallarán los tres músculos que el ser humano utiliza para respirar naturalmente según Alonso (2011):

a) Músculo Abdominal

Según Amelia Alonso en su libro *La Voz Humana*, estos son los antagonistas del diafragma, aunque pueden ser controlados de forma voluntaria cuando se espiran, realizan la función contraria a la del diafragma.

b) Diafragma

Este músculo separa el tórax del abdomen, aunque actúa de forma inconsciente durante la respiración, también es posible controlar y mover este músculo de forma voluntaria. Alonso aclara en su libro que esta es la fuerza más importante del cuerpo humano.

c) Músculos intercostales

Aunque es difícil de controlar de forma voluntaria, su función básicamente consiste en elevar las costillas durante la respiración.

Una de las respiraciones más efectivas para un actor según Grotowski (2008), es una respiración total que utiliza la parte superior del tórax y el abdomen, sin embargo, para este director de teatro polaco, las personas que se dedican al mundo artístico como el teatro o la actuación, deben ser capaces de controlar el funcionamiento de los órganos respiratorios, pero la respiración depende de la construcción fisiológica de cada persona, y tanto los actores como las actrices pueden practicar diversos tipos de respiración (p.111).

¿Por qué es importante que un actor o un comunicador controle la respiración? Porque según el autor citado anteriormente, los actores y actrices deben evitar una respiración que les exija pausas que interfieran en la recitación de un texto; en conclusión Grotowski concuerda con Stanislavski en diversos puntos, uno de ellos es que una respiración irregular o entrecortada no permitirá a un actor, a un locutor o a un comunicador brindar la interpretación correcta de un texto, en palabras escritas de Grotowski “El actor debe saber siempre dónde respirar” (p.114).

Una respiración inadecuada puede generar vacíos en el ritmo, “ si tiene un estilo rítmico, me veo involuntariamente atrapado en el ritmo y el tono de su forma de hablar, me impresiona” (Stanislavski, 2011, p.134).

2) Mecanismo de Fonación

Este mecanismo según Alonso (2011), es el encargado de producir el sonido y determinar el tono a través de una corriente de aire, que al ser espirado se dirige hacia las cuerdas vocales produciendo una vibración, básicamente este mecanismo consta de la laringe y las cuerdas vocales (p.24).

El órgano fundamental de este mecanismo es la laringe, según Tulon (2000), este posee una forma de cono, compuesta esencialmente por cartílagos unidos entre sí por ligamentos y músculos, este órgano se encuentra ubicada en la parte media del cuello (p.24). Según Grotowski (2008) la laringe puede impedir al actor un uso correcto de su voz debido a que el cierre de esta impide la emisión correcta del aire. Alonso (2011) explica que la laringe está

formada por los siguientes cartílagos: Tiroides, cricoides, aritenoides y epiglotis. Este último regula la respiración y el paso de los alimentos.

Por otro lado, Caballero (1994) compara las cuerdas vocales con las cuerdas de un violín, mientras mayor o menor tensión en las cuerdas vocales, mayor o menor será la frecuencia de vibración o sea el tono, depende la fuerza con la que el aire sea expulsado, se provoca una amplitud lo que determina la intensidad del sonido, mientras que el timbre es producido por el aparato resonador.

3) Mecanismo Resonador

Las cavidades fundamentales de la resonancia son la faringe, boca y fosas nasales, Bustos (2003), resalta que el uso correcto de la cavidad faríngea como cavidad de resonancia, ayudará a poseer una voz plena. Para lograr matices y expresión al texto, es necesario que la tensión en el cuello y la nuca no participe en la producción de un sonido, de igual forma la relajación de la mandíbula es fundamental para que la boca funcione como una caja de resonancia (p.190).

Según Castro (2003) la función principal de los resonadores, es la de amplificar el sonido, es lo que produce un timbre característico (p.77).

“El aparato resonador está integrado por las cavidades superiores a la laringe: faringe, boca, fosas nasales y senos óseos” (Caballero, 1994, p.32). Según este autor una vez producido el sonido de la laringe, todas las cavidades del aparato resonador entran en juego, debido a que las cavidades son blandas, a excepción de los senos óseos, esto permite que por medio del movimiento el timbre natural y el aire contenido pueda producir variaciones.

Los principales resonadores o cavidades que amplifican la voz se dividen en dos zonas del cuerpo, ambas utilizan como punto de referencia la glotis según Cruz (s.f). El primero se aloja en los espacios supraglóticos, los cuales son la cavidad faríngea, bucal, nasal, el espacio entre los dientes, labios y la cabeza. El segundo punto es el resonador infraglótico, el cual se encuentra en la cavidad torácica, es comúnmente conocida como la voz de pecho (pp. 129-131).

“ La voz va más allá de hacer solamente un sonido, si tenemos la facultad de tener voz hay que educarla” (Antonio Raluy, en Montoya para Proyecto 40 Alta Definición, 2015).

i. Impostación

“Impostar una voz es colocar en la caja de resonancia a fin de que con el mínimo esfuerzo se obtenga el máximo rendimiento fonatorio” (Bustos, 1983:11 citado en Cruz, s.f., p.131).

Para el término “impostación” se utilizará la definición de Vargas (s.f), quien explica la etimología de este vocablo, la autora argumenta que proviene del latín “imposta” que significa “poner sobre”, entonces la impostación consiste en colocar apropiadamente los órganos de la voz y en aprovechar al máximo la caja de resonancia, principalmente aquella dentro de la cara (p.90) o “en la máscara” según el texto de Stanislavski (2011, p.153).

Caballero (1994), aclara que la voz es capaz de producir un sonido “neutro”, a través de una impostación adecuada y la impostación es el aprovechamiento de la espiración para producir un sonido, al igual que Bustos, el autor señala que el sonido debe ser de máximo rendimiento con el mínimo esfuerzo para la garganta y tanto el aparato resonador como el fonador, deben trabajar en conjunto con la máxima capacidad a través de los resonadores, principalmente aquellos de la boca y los labios. En su libro, claramente especifica que al colocar la boca en posición de bostezo, la laringe se sitúa de una forma correcta que permite libertad tanto para las cuerdas vocales como para los resonadores, que da como resultado una mayor proyección o alcance de la voz con menor fatiga y mayor resistencia.

Otro factor a tomar en cuenta, es que el sonido impostado no es sinónimo de una voz falseada, Caballero (1994) menciona que entre los defectos más frecuentes se encuentra la falsa posición del paladar que envía la resonancia hacia las fosas nasales, este vicio e incorrecta impostación es conocida como nasalidad; en segundo lugar se debe evitar el engolamiento, es cuando se utiliza la faringe como resonador principal, este error es utilizado de forma frecuente por algunos locutores según Stanislavski(2011), además por la ignorancia del funcionamiento del aparato fonador, profesores y actores confunden la impostación con el engolamiento debido a que el

sonido que produce esta incorrecta impostación puede “ser bello y aterciopelado” en palabras de Cristian Caballero (1994), es fácil percibir una voz engolada porque quien la imposta de esta manera, al momento de interpretar un texto este posee complicaciones en la dicción; por último el falsete se produce cuando se exageran los armónicos agudos, pero esta incorrecta colocación en la laringe presenta consecuencias en la intensidad y en las inflexiones expresivas del cantante o actor ¿cómo percibir una voz mal impostada? Cuando se realiza una incorrecta impostación la voz carece de proyección y el actor demuestra una fatiga ante el público (pp. 66-73).

Aunque regularmente esta técnica vocal es implementada para el canto según Alonso (2011), la impostación es además el entrenamiento del diafragma y el aparato fonador para conseguir flexibilidad, potencia y agilidad en la voz (p.31).

Entre diversos testimonios y experiencias plasmadas en *La Construcción del Personaje* de Stanislavski (2011), algunos cantantes expresan que poseer una voz bien colocada representaba una ventaja, pues al situar un sonido en cámaras de resonancia como el cráneo, los dientes o al proyectarlo a través de la región en donde se encuentra el paladar duro o las cavidades nasales, este sonido al final adquiere un mejor timbre y potencia (p.153).

ii. Fonemas

Previo a la explicación de la articulación y la dicción, es esencial comprender que estas dos maneras de pronunciar las palabras están relacionadas directamente con los fonemas, los cuales según Tulon (2000) se producen a través de los resonadores. La unión de dos fonemas forman el elemento sonoro más significativo según la autora, que es la sílaba. (pp.37 y 38).

Según Cruz (s.f) es común escuchar pronunciaciones incorrectas de los fonemas debido al poco control articulatorio (p.91).

Caballero (1994), divide los fonemas en timbres básicos, sonidos auxiliares y ataques. Los timbres básicos, son aquellos que se producen con la intervención de las cuerdas vocales, llamados así porque son variaciones o “colores” del sonido que se producen de forma natural en

la laringe cuando hay vibración; en conclusión, es el término para las vocales del alfabeto según el autor. Los sonidos auxiliares de la misma forma son producidos por el aparato resonador pero sin intervención de las cuerdas vocales, la vibración al espirar no se produce en las la laringe sino en el paladar blando y la lengua, más adelante se detallarán cuáles son las consonantes sonoras y los ataques detallados por este autor de origen mexicano. (p.60)

De la misma forma que Caballero (1994) estudia la dicción desde fonemas, Stanislavski (2011) comprende que tanto las vocales como las consonantes poseen sonoridad y divide las consonantes de la siguiente forma:

- Consonantes más Sonoras: M, N, L, R, V, G y Z
Este grupo de sonidos, a diferencia de Stanislavski, son llamados sonidos auxiliares por Caballero (1994), quien agrega “S” y “J” y omite las consonantes V, G y Z.
- Consonantes sin Sonoridad o Plosivas: P, T, K
- Consonantes de Detención: B, D, G, W.

Caballero (1994) llama a estas consonantes “ataques”, básicamente estos no son considerados en realidad como sonidos, sino formas de iniciar un sonido; son una combinación entre los plosivos y los de detención establecidos por el actor de origen ruso. Su característica principal es que están combinados entre timbres básicos y sonidos auxiliares. El autor de origen mexicano los presenta en parejas de la siguiente forma:

B - P
D - T
G - K
V - F
SH- CH

Además de los timbres básicos, los ataques y sonidos auxiliares, Castillo (1994) establece los sonidos mixtos, los cuales se producen por la sucesión de sonidos auxiliares y el timbre básico.

Uno de los errores comunes de los cantantes y actores es que cuentan con una perfecta colocación para las vocales, pero no para las consonantes o en casos contrarios, la pronunciación de las consonantes se exagera mientras las vocales se descuidan.

B. Inflexiones de la Voz

1) Dicción

El Diccionario Akal de Teatro define la dicción como la “Manera o arte de pronunciar un intérprete el texto que le corresponde, con la entonación, el ritmo, el timbre y el tono más adecuados para la representación del personaje al que encarna” (Gómez, 1998, p.254).

Desde una perspectiva técnica, Caballero (1994) estudia la dicción a través de los fonemas, entendidos como sonidos auxiliares, que se detallarán más adelante; según este autor la correcta producción de estos combinados con los timbres básicos (a,e,i,o,u) construyen la dicción.

“El arte de dibujar las palabras con la boca, así como el énfasis dado a éstas de acuerdo con la expresión, es la dicción” (Cruz, s.f., p.55). Al igual que Cruz, Stanislavski (2011) considera la dicción como una obra de arte más, principalmente para los actores, en su experiencia como actor y director, este autor ruso expresa a través del texto que todo actor no solo debe poseer tacto para las frases y palabras, sino para cada sílaba o cada letra, a esto se le llama tener una excelente dicción y pronunciación, Konstantín Stanislavski considera la falta de dicción como una deformación al hablar, compara las partes faltantes de las palabras con la lectura de documentos impresos, a los cuales les faltan letras y con las amputaciones de extremidades o malformaciones del cuerpo humano “Una palabra con el principio amputado es como una cara con la nariz aplastada de un golpe” (p.138).

Según el autor, la distorsión de la dicción se perdona cuando sucede durante una conversación coloquial, en los límites del hogar, debido a que estas ideas, palabras, o ideas son impulsos de la

naturaleza misma, lo que intenta Konstantín es ejemplificar desde diversos puntos de vista la importancia de una correcta dicción y pronunciación de las sílabas, pues una mala dicción tal como un texto mal escrito, provoca confusiones en la esencia de una historia, arriesga que una obra sea considerada un total fracaso (pp. 138-145).

“En general, todos los errores que se cometen al hablar o al escribir, además de envilecer el idioma, dificultan la comunicación, levantan “barreras” entre emisor y receptor, impiden la “fidelidad” del mensaje, porque lo tornan “ruidoso”. Los gramáticos tienen un nombre para estos errores: los llaman *vicios de dicción* o *errores de lenguaje*”

(Bustos, 1980:199 citado en: Cruz, s.f., p.60).

La dicción entonces según Cruz (s.f) “representa un nivel mayor que la simple articulación de los sonidos, ya que la dicción se sirve de la articulación para dar expresividad al lenguaje hablado”(p.55).

2) Articulación

“Una buena articulación es imprescindible para el actor, ya que de ella se derivará la buena comprensión del texto sin la cual no habría comunicación con el público” (Bustos, 2003, p.191).

En relación a los fonemas explicados con anterioridad, Tulon (2000) explica que estos fonemas poseen un punto de articulación y estos fonemas se clasifican en función a dicha articulación, por ejemplo la diferencia entre los fonemas consonánticos y vocálicos se producen a través de ciertos órganos de la articulación (p.38).

Stanislavski (2015), resalta que uno de los errores más frecuentes es creer que las vocales y las consonantes se producen en un lugar del aparato vocal diferente, en el lugar en que se forman las consonantes, al emitirse el sonido a través de los labios y saliendo de la boca, estas consonantes deben utilizar los mismos resonadores de las vocales. Las consonantes por otro lado, son aquellas que deben ser ejercitadas principalmente por los cantantes y actores, sin embargo el autor resalta que no puede descuidarse ninguna.

“Articular, desde el punto de vista fonético, consiste en unir, enlazar los sonidos consonánticos del lenguaje para formar sílabas, palabras frases y oraciones. Se puede decir también que es la capacidad humana de pronunciar cada sonido-vocales y consonantes (que se representan gráficamente como las letras del alfabeto)- así como cada palabra, en forma clara y específica...”

(Cruz, s.f., p. 47).

Stanislavski (2015), resalta la importancia del desarrollo de la articulación y la del manejo muscular, de todas las partes que influyen en la producción de consonantes correctamente formadas como los labios y la lengua, Bustos (2003) agrega el maxilar inferior, el paladar blando y duro, así como los dientes, pero resalta que el órgano que trabaja más en la articulación es la lengua, la cual tiene una agilidad en la parte del centro y el ápice; la raíz acumula tensiones con regularidad, pero según esta autora si a raíz de la lengua posee una tensión excesiva, esto influirá en la laringe, ya que los músculos de esta parte se insertan en un hueso llamado *hioides*, ubicado en la parte superior de la laringe (p.191).

3) Entonación

“El concepto de entonación nos lleva a situarnos en las variaciones del tono o altura tonal de la voz cuando hablamos. Estas variaciones del tono se dan en las palabras, en las frases y en las oraciones...Las variaciones del final de las frases y las oraciones son muy significativas en el lenguaje diario...” (Cruz, s.f., p.36).

Pablo (2010), expone que el cambio de entonación significa un cambio de tiempo y tono, va más allá de un cambio emotivo, esta ayuda a perder la monotonía, dependiendo el personaje que se esté interpretando, se requieren variaciones, además de ello es de igual importancia el uso de la pausa en la interpretación de una obra o texto, el uso correcto de la pausa permite naturalidad en la escena. El uso adecuado de la entonación, puede tener una influencia decisiva en la memoria, la emoción y los pensamientos según Díaz (2007), de la misma forma la pausa lógica puede ayudar a comprender el texto y aporta vitalidad (p.103).

“Los signos de puntuación exigen una determinada entonación vocal...Si se priva al punto de su carácter de caída de la voz tras una frase redondeada, el oyente no se dará cuenta de que la frase ha terminado y de que no hay continuación...el símbolo fonético de una pregunta pide una respuesta; el de exclamación pide compasión, aprobación o protesta; los dos puntos requieren una consideración atenta de lo que viene a continuación, etc.”

(Stanislavski,2011, p.198).

Al tocar todo tema actoral, uno de los principales influenciadores es sin duda Stanislavski (1863-1938), a lo largo de este trabajo se exponen diversas teorías de su método y experiencias como actor y director debido a que más que formar actores, su objetivo es formar verdaderos artistas donde el actor investigue, comprenda y sienta el personaje a representar.

Aunque el método de enseñanza de Stanislavski busca romper con toda la preparación mecánica, Torstov en Stanislavski (2011) realiza algunas observaciones a través de la experiencia, que podrían afectar o alterar la intención y entonación si no se respetan determinadas puntuaciones debido a que en cada entonación existe una expresividad, crea un efecto sobre los oyentes (p.198)

Sin embargo, en las palabras del locutor comercial, actor y director de doblaje de origen mexicano, Rubén Moya Acosta, aunque respetar las puntuaciones es esencial, está consciente que muchas veces, aquellos que redactan el texto colocan puntuaciones de forma incorrecta, uno de los errores frecuentes consiste en respetar al pie de la letra las puntuaciones, porque entonces los actores y actrices realizan entonaciones en partes del texto que provocan una interpretación sin sentido, él concuerda en un punto con Stanislavski y Grotowski y es que el actor o locutor debe comprender el texto que está interpretando y eso marca la diferencia entre un “yo no me baso en las puntuaciones, me baso en las ideas de un texto” (Comunicación personal, agosto de 2017).

4) Expresión

La expresión depende la persona que transmite un mensaje, no únicamente trata sobre los actores y actrices, según Caballero (1994), un orador, un locutor, declamador o incluso una persona en una conversación ordinaria transmite un mensaje a través de la creatividad de su expresión, es por ello que este autor concluye que es imposible “enseñar a expresar”, la herramienta que un profesor o un docente tiene es la de ayudar al alumno a que conozca y utilice determinadas herramientas como su talento artístico para aplicarlo en el desarrollo de una escena.

Bustos (2003), considera que la expresión es una conexión entre la mente, el cuerpo y la voz. Al hablar se comunica, y al comunicar el ser humano expresa, según la autora “expresar es dejar salir (p.195).

López (2005), hace una aclaración importante en este punto que todo comunicador debe tomar en cuenta, y que está vinculado con el capítulo a continuación y una de las principales razones de ser de la empresa Localizadora Latam: las palabras empleadas dependen de los contextos de cada país, los niveles de escolaridad y las formas de expresarse, como en un libreto dramático, cada personaje debe expresar según su perfil, con un estilo propio, el autor una vez más confirma que en la radio o a través de cualquier medio por el cual se grabe y transmita, todo se juega con la voz, es por ello que se necesita no solo la expresión a través de la voz, sino la expresión corporal.

*“El doblaje es una maravilla,
el doblaje permite que todo mundo entienda las cosas en su propio idioma”.*

Francisco Colmenero

3.2.2 Técnica de Actuación Especializada en Doblaje

“El actor de doblaje cuenta con su adiestramiento corporal, con su desarrollo emotivo, con su desarrollo imaginativo y ponerlo al servicio del personaje que te presentan ahora, en este segundo, en este momento” (Antonio Raluy en Montoya Proyecto 40, 2015). Previo a definir el término “doblaje”, es importante resaltar que el doblaje posee influencia de la comunicación audiovisual y la sonorización, por ello Nájjar (s.f) argumenta en su texto que toda película o proyecto que posee imágenes como referencia visual, para llegar a su plenitud necesitan de una sonoridad sincrónica para ser realistas.

“El doblaje es la sustitución de la voz o cambio del audio original por otro actuado para que el público sienta y crea que el personaje está hablando” L. Arjona (comunicación personal, 19 de agosto de 2017).

En la técnica de doblaje es común que el intérprete, actor o locutor deba realizar un *lip sync* o sincronía de labios. “Si los labios generalmente están sincronizados, la audiencia acepta el carácter. Si los labios no están sincronizados, la audiencia siente que algo está mal. Los labios que están sobre animados también se destacan como un pulgar dolorido” (Maestri, 2006, p.12, Traducción propia).

El doblaje es una técnica audiovisual, que consiste en sustituir diálogos dichos por actores por diálogos en otro idioma, la forma correcta para referirse al doblaje en español hecho en Latinoamérica es “doblaje hispanoamericano”, o “doblaje al español neutro”, el sitio de Wiki Doblaje explica que aún en el término de “doblaje neutro”, ningún idioma posee un acento totalmente neutro. Para proporcionar una naturalidad se utiliza la técnica de adaptación, en la cual se busca que coincidan ciertos fonemas. El doblaje, se utiliza regularmente en películas, series y videojuegos de lenguas extranjeras, adaptando el idioma a su mercado meta (<http://es.doblaje.wikia.com/wiki/Doblaje>).

Cámara (2012) define el doblaje como una profesión totalmente artística, que cuenta con grandes actores en interpretación y el manejo perfecto de sus voces, sin embargo resalta que aún en la

técnica del doblaje, el compromiso de los actores por no deteriorar el idioma es fundamental para que esta industria continúe, pues según la autora los espectadores y la gente joven en general, tiende a imitar lo que ve y escucha (p.44).

A. Doblaje para Series y Películas

La característica de esta disciplina y uno de sus mayores retos, es que la imagen del actor que presta su voz al actor con el idioma original está ausente en el resultado final; en un artículo para el periódico mexicano La Jornada, el actor César Arias de la Cantolla, reconocido por prestar su voz al español de Albus Dumbledore para las películas de Harry Potter, indica que el doblaje es la especialidad más difícil de la actuación, debido a que en el doblaje a diferencia del teatro, el cine o la televisión, el actor no muestra su rostro y cuerpo para expresar.

En cuanto a la radio, aunque se carece de imagen, el locutor es dueño de su tiempo para estimular y dar tonos; en el doblaje no existe un ensayo y únicamente con la voz el actor especializado en doblaje debe poseer la capacidad de transmitir en un tiempo determinado.

Cuando se presenta la carencia de alguno de los recursos básicos del actor (voz y cuerpo) especificados por Caballero (1994), a estos medios se les conoce como *defectivos* ya sea porque la voz falta como en el caso del cine mudo o porque el cuerpo no interviene como en radio, donde toda la expresión es a través de la voz. Por otro lado, los medios *integrales* hacen uso de ambos recursos (voz y cuerpo) como el teatro, el cine y la televisión... (pp.13 y 14).

Dentro de esta industria, se requiere una preparación y práctica actoral, principalmente en teatro, para posteriormente aprender la técnica del doblaje, que es una especialidad en actuación, según Javier Rivero, en Ramírez y Reyes (2016). Cámara (2012) coincide en este punto, recalca que un actor de doblaje, primero debe ser actor, lo cual implica una formación en el mundo actoral.

Nájar (s.f), agrega que un actor o una actriz se convierte en doble cuando se suplente la voz de los actores originales, los términos doblaje y doble utilizados por este autor, hacen referencia a la industria cinematográfica donde duplicar, es convertir la unidad actoral en un doble.

B. Doblaje para Dibujos Animados

“Hay detalles muy sutiles que como actores en doblaje aprendemos a percibir y en anime no existen esos detalles sutiles porque son caricaturas, son dibujos” (Eduardo Garza en Ramírez y Reyes, 2016).

Según Eduardo Garza, en una entrevista realizada en 2016 por el programa Alta Definición de Proyecto 40, el doblaje de anime, a diferencia de los otros géneros televisivos en que participan los actores para esta industria, posee mayor delicadeza en todo aspecto, principalmente en cuanto a “nociones”, debido a que en el doblaje de películas y series no animadas, el actor de doblaje tiene la posibilidad de visualizar los gestos y percibir a través de expresiones faciales, lo que el actor original no transmite a través palabras.

Para la actriz Dulce Guerrero, las características del personaje, la historia y su personalidad son detalles necesarios y “mágicos” para el doblaje de anime (Ramírez y Reyes, 2016).

Pero cabe la pena resaltar que los dibujos animados orientales y occidentales son totalmente diferentes, lo que representa otro reto para los actores que prestan su voz para dar vida a estos personajes, según el locutor, director y actor de doblaje de origen mexicano, Mario Castañeda, conocido por ser la voz del personaje de Goku en la serie animada Dragon Ball Z y ser la voz en el idioma español latino recurrente de actores como Jim Carrey, Tom Hanks, Bruce Willis, etc.

En palabras de Castañeda para una entrevista realizada por Proyecto 40 “la expresión emocional de los orientales es mucho más pasional y expresiva que la animación occidental”, palabras con las cuales Garza coincide, agregando que el doblaje para series animadas de Japón requieren un gran desgaste energético debido al drama y nivel de energía de sus personajes.

C. Doblaje para videojuegos

Como indica Michael Scholand (2002) en su publicación “Localización de videojuegos” para la revista tradumática, en este campo además de traductores también es necesario el trabajo de redactores, diseñadores gráficos, programadores, técnicos de sonido, comunicadores y locutores.

“La localización es una traducción o en este caso que son juegos es una adaptación a ese país donde va a entrar...Es muy diferente al hacer doblaje por ejemplo para películas, en películas tenemos imagen en videojuegos solamente tenemos audio. Generalmente sobre gráfica; nos mandan los audios nosotros grabamos sobre esos audios en inglés dependiendo de la restricción de tiempo, que tengamos que es dependiendo de la situación en la que está el juego” (Daniel Ramírez en Ramírez y Reyes, 2016).

Según Luis Daniel Ramírez en una entrevista para el programa Alta Definición, en la localización el actor utiliza como referencia el audio original, el cual regularmente es en idioma inglés, acompañado de las indicaciones de un director, quien explica al actor la situación. Debido a la aceptación de los jugadores, las empresas desarrolladoras de videojuegos han optado por invertir en esta nueva modalidad del doblaje.



Figura 2. Referencia de Grabación para el actor en Doblaje de Videojuegos. Elaboración Propia.

En entrevista para el mismo programa, Eduardo Garza concuerda con la explicación de la diferencia entre el doblaje y la localización que expresa Luis Daniel Ramírez, el proceso entre ambos es distinta ya que en doblaje el actor debe sincronizar las bocas de los personajes con el texto en el idioma requerido, que en este caso es el español, a diferencia de los videojuegos,

donde la imaginación del actor que interpretará el personaje está presente y permite una mayor libertad al actor para interpretar al personaje cuando este carece de referencias visuales.

Según Hevia (2012) “la decisión de localizar o no un videojuego, así como la decisión sobre el nivel de localización que se alcanzará, están estrechamente relacionadas con estrategias de mercadotecnia” (p.151).

Además, Garza, difiere en el punto de Hevia (2012), pues según este actor, director de doblaje y de localización mexicano, localizar un videojuego pertenece más a un área de producción y el doblaje pertenece más a un área de la mercadotecnia, aunque ambos son resultado de estudios de mercadeo, únicamente la primera está considerada a adaptarse desde origen, ya que una película se dobla una vez culminada para luego ser vendida a otros países en otros idiomas, a diferencia de los videojuegos, los cuales desde la etapa de pre y producción son adaptados en todos los idiomas, por lo tanto los personajes que aparecen en estos están sujetos constantemente a cambios de último momento.

Una vez definido el término “localización”, Hevia (2012) aclara que existen dos modelos de localización de un videojuego:

- 1) Localización Interna: El trabajo de adaptación se realiza dentro de las instalaciones de la empresa desarrolladora, bajo la supervisión de un coordinador de localización. Los traductores de cada idioma gozan de acceso al juego original, con el fin que sus colaboradores se familiaricen con cada uno de los proyectos antes de iniciar el proceso de traducción.
- 2) Localización Externa: Consiste en la contratación de agencias de localización especializada, por motivos de confidencialidad en algunas ocasiones las empresas contratadas no cuentan con acceso total al videojuego, en este modelo los traductores trabajan bajo la supervisión de un gestor de proyecto o coordinador de localización, quien es el enlace entre la empresa desarrolladora y los traductores.

De acuerdo a los modelos de localización, Localizadora Latam se encuentra catalogada en una localizadora externa ya que esta presta el servicio de audio localización para las principales desarrolladoras con ciertas restricciones para acceder a la información de los videojuegos.

Uribe, Espinosa y Roncallo (2017), agregan que en ciertos videojuegos además de la música, las reacciones, ambientes, efectos de sonido y frases cortas que según los autores, agregan valor al juego siempre y cuando sean comprendidas debido a que normalmente estas frases se encuentran en el idioma inglés.

Newzoo y CGA (2015) plantean que para el 2018, en el mercado de los videojuegos haya un crecimiento económico notable para los países latinoamericanos como Brasil y México, siendo 2 de los 10 mercados con mayor crecimiento para ese año, con un ingreso promedio de 2.100 y 1.800 millones de dólares, a través de los procesos de localización lograrían un éxito dentro de mercados culturales específicos (Citado en Uribe, Espinosa y Roncallo, 2017, p.205).

Las cifras demuestran la rentabilidad y viabilidad de este tipo de industria en América Latina, así como la aceptación por parte de los usuarios, quienes han optado por adquirir productos localizados como los videojuegos.

Según Dominick (2001), en la industria de grabación es posible hacer carrera en las áreas de ingeniería, creatividad y finanzas, aunque el autor orienta más la definición hacia las empresas dedicadas a la grabación de música, este menciona que en cualquiera de los sectores mencionados anteriormente un profesional necesita poseer conocimientos sobre medios de comunicación, administración de empresas, música o publicidad para que gradualmente sea posible adquirir un espacio dentro de la industria de la grabación.

Debido a que en el contexto guatemalteco, esta clase de industria es muy limitada y lo más parecido al doblaje es aquel realizado por las agencias de publicidad, esto representó un reto para la practicante, es por ello que en los próximos capítulos se detallarán brevemente los intentos por incursionar en una industria, hasta el 2017, inexistente en el país.

3.3 RADIOTEATRO

3.3.1 Inicios

Según Bustos (2003), en España a partir de 1941 la radio inició a organizar una estructura más sentimental con actores, quienes eran capaces de transmitir emociones dramáticas y también se ponían al servicio de la publicidad dramatizada, los reportajes, etc. Según la autora la audiencia aprende a disfrutar el “sonido de voces maravillosas, de dicción perfecta”, quienes transforman la ficción en realidad a través de la voz.

Los actores eran elegidos por su capacidad de adaptarse a las condiciones de su personaje o el reparto “...desde la década de 1940 fijarían también, con eficacia comunicativa aún mayor, el radioteatro y el doblaje cinematográfico” (Bustos, 2003, p.215).

Además, Bustos (2003) agrega que en la época del radioteatro el actor no leía sobre papel, sino que interpretaba lo que memorizaba y brindando una interpretación. Por otro lado, el actor de doblaje no debía ser únicamente una voz espléndida o un buen sincronizador, sino un buen actor. Este es uno de los elementos que en capítulos anteriores, diversos actores, actrices y directores de doblaje resaltan; en la actualidad es muy difícil encontrar actores o actrices especializados en la técnica de doblaje.

“ Yo tenía 8 o 9 años, fui a tomar el taller de doblaje y realmente a esa edad no estás consciente en querer hablar bien, en leer bien ¿no? Este... de repente nos escogieron a 3 o 4 niños y nos llamaron para hacer radionovelas en la XEW y con eso empecé”

(Enzo Fortuny en Montoya, 2015).

Según el testimonio y por palabras del actor de doblaje mexicano Enzo Fortuny, reconocido por prestar voz a los personajes de Frodo en El Señor de los Anillos, Inuyasha y la segunda voz de Arnold en la serie animada para el canal de Nickelodeon, este actor demuestra que a través del radioteatro o las radionovelas son de gran ayuda para incursionar en el mundo del doblaje.

La imaginación es esencial para los actores, según la actriz española, Magda Giner, ya que la localización de videojuegos, es similar a la realización de una radionovela o un radioteatro, los actores interpretan sin una referencia visual más que la de su propia imaginación.

Si la práctica en radioteatro o radionovelas puede llegar a ser funcional para la preparación de un actor de doblaje ¿Qué sucedió en Guatemala para evitar el auge de la industria del doblaje?

3.3.2 Radioteatro en Guatemala

A. Un poco de Historia

Según De León (2009) la historia de la radiodifusión guatemalteca se puede dividir en cuatro etapas:

- **La Década de los treinta:**

Este fue el inicio formal de la radiodifusión en Guatemala y se debe a Julio Caballeros, considerado el padre de la radiodifusión guatemalteca; quien con piezas de equipos de radiotelegrafía y otros materiales, ese año construyó un transmisor que podía enviar señal de radio y era percibida en la capital y algunos departamentos cercanos, un año más tarde en conjunto al director general de telégrafos Ladislao Guerra, construyeron el transmisor para lo que sería la primera emisora guatemalteca inaugurada el 15 de septiembre de 1930, Radio Nacional TGW que posteriormente tomaría el nombre de “La Voz de Guatemala”.

TGW es una radio propiedad del Estado, fue el Presidente de aquella época, el general Lázaro Chacón, quien autorizó la construcción de dicho transmisor. Años más tarde, el presidente del siguiente gobierno, Jorge Ubico, impulsó no solo esta emisora, sino TG1 y TG2, con nombre “Radio Morse” instaladas en el edificio de Correos y Telégrafos.

En los años 40 se fundan las radios TGQ y TGQA en la Ciudad de Quetzaltenango por iniciativa del gobierno, mientras la radiodifusión también era adquirida por el sector privado y las empresas que buscaban anunciar sus marcas TGX fue la emisora fundada

por Miguel Ángel Mejicano, mientras TGC-Vidaris fue impulsada por Guillermo Andreu Corzo e inaugurada el 30 de junio de 1931 como la primera emisora comercial.

Según Jerez (s.f) la radiodifusión privada no pudo iniciar al mismo tiempo que la radio estatal, debido a que en la época del General Jorge Ubico las tarifas de TGW aumentaban, pues no se podía pensar que una empresa privada le hiciera la competencia a la radio del gobierno. Según el autor de este documento si Julio Caballeros es conocido como el padre de la radiodifusión en general, es don Guillermo Andréu Corzo el padre de la radiodifusión privada.

- **La época de oro entre 1944 y 1954:** Según Jerez (s.f) fue hasta la llegada del gobierno democrático de Juan José Arévalo que la radiodifusión inició con una actividad comercial en 1945 y con ello surgió la llegada de nuevas radios, las cuales tenían como objetivo principal el entretenimiento. En esta época dorada la radio era un medio de comunicación respetado con amplia programación y audiencia. Diversos locutores, actores y actrices de teatro se vieron formados por la maestra Marta Bolaños de Prado. Por otra parte, el radioteatro infantil surgió en el año 1946, perteneciente a la época dorada de la radiodifusión en Guatemala, el trabajo consistía en adaptar obras de literatura infantil a lenguaje radiofónico.
- **De 1954 a 1990:** El gobierno inicia a conceder frecuencias de forma discrecional según De León (2009) surgen más emisoras y proliferan los noticiarios radiofónicos.
- **La última década del siglo XX:** En esta última etapa nacen las grandes cadenas que compiten comercialmente, siendo una decadencia para la radio cultural, educativa y participativa. La adquisición de frecuencias se realiza a través de subastas públicas, legislación promovida por el gobierno, privatizando así la frecuencia modulada a través del decreto 94-96.

B. Radioteatro

Araceli Palarea Saravia obtuvo un espacio en las instalaciones de TGW “La Voz de Guatemala” para salir al aire y hacer el primer radioteatro guatemalteco con la obra titulada Atrévete Susana, programa que se transmitía los viernes, según Ramírez (2012) el permiso para su transmisión fue concedido por el presidente de aquella época, Jorge Ubico. Jerez (s.f) asegura que este fue uno de los programas de mayor éxito puesto que la actriz Aracely Palarea tenía experiencia en radioteatro en países sudamericanos.

C. Antecedentes del doblaje en Guatemala

A principios de los años 70 la empresa de doblaje SISSA, conocida como “Oruga” de origen mexicano perteneciente a Enrique Candiani y José Giaccardi, llevó a cabo un casting a un grupo de actores de diversos países de Latinoamérica. Debido a que la actriz, locutora y presentadora guatemalteca, Hilda Pinto Bonilla, tuvo un acercamiento a esta industria al realizar estudios de actuación y doblaje en los estudios de Candiani en México; Guatemala también formó parte del proceso de selección.

Según el sitio web Doblaje Wiki, los actores de Guatemala fueron el grupo elegido para colaborar en esta industria con la empresa mexicana debido a la ventaja de los acentos fonéticos en comparación a otros países como El Salvador, Nicaragua, Cuba, Puerto Rico y Colombia. Posteriormente se fundó la empresa Doblajes y Producciones en el año 1972 que se ubicaba en la zona 1 de Guatemala. En esta empresa guatemalteca se doblaron alrededor de 42 y 52 películas desde idiomas como inglés, francés, italiano y el alemán; aunque las traducciones estaban a cargo de SISSA, los actores guatemaltecos realizaron la sustitución de las voces. Debido al auge del doblaje en otros países con inversión para compra de equipo apropiado y contratación de recurso humano para cumplir con la cantidad de demanda de películas que se solicitaban en aquella época.

Entre otras personalidades de Guatemala que han intentado despegar en esta industria en la actualidad se encuentran Juan Carlos Román, locutor, actor de doblaje y animador guatemalteco, quien en el año 2015 viajó a Ciudad de México para obtener un curso de doblaje con el actor de

doblaje mexicano Mario Filio, Román tuvo la oportunidad de realizar el doblaje para Gyalwang Karmapa en el documental de National Geographic: La Historia de Dios.

En julio de 2017, el *youtuber* guatemalteco Ronald MacKay tuvo la oportunidad de interpretar a cinco personajes para la película de Paramount Pictures “Emoji, la Película”, esta cinta cinematográfica contó con la participación de actores de diversas nacionalidades, entre estos países: Guatemala, México, República Dominicana y Panamá. El doblaje de esta película fue dirigido por la actriz Xóchitl Ugarte.

López (2005) también aclara que el carácter de un medio de comunicación depende del sentido al que se dirige, en el caso de los videojuegos es a través de la vista y el oído que permiten al usuario sentir, imaginar, este autor concuerda con Stanislavski en que un profesional con el conocimiento de las técnicas, buena voz o iniciativa será un trabajador de radio o de algún medio, mas no un comunicador “si no siente algo por dentro, sino se mete en la magia del medio, nunca llegará a ser un buen radialista...porque habla bien, pero no comunica” (p.27).

José Ignacio López Vigil (2005) agrega que incluso en lo radiofónico se requiere el desafío de la actuación, al igual que Stanislavski sugiere que el profesional que se dedica al mundo de la radio posee una voz muy cuidada en comparación a la de un actor de cine, televisión o teatro “Todo se juega con la voz”, incluso en radio Vigil también coincide con que la expresión corporal es decisiva, aún en actuación para radio o doblaje el actor debe imaginar el personaje (pp.110- 112).

Aunque durante la fundación de Doblajes y Producciones hubo un intento por incursionar en esta industria además de la falta de inversión es importante cuestionarse ¿Por qué Guatemala no pudo despegar en esta industria a pesar de poseer una influencia de radio y teatro? ¿Qué impidió a los actores de aquella época buscar otras alternativas para incursionar en este campo? A pesar de la fundamentación teórica y el conocimiento previo en locución y comunicación, desde la perspectiva de la industria del doblaje fue donde surgió el reto de la práctica.

IV. INFORME DE PRÁCTICAS

Del 5 de junio al 29 de agosto, la practicante realizó diversas funciones y actividades dentro de Localizadora Latam S.C. (LOLA MX), empresa dedicada al diseño de audio y doblaje especializado en localización de videojuegos AAA para América Latina ubicada en Ciudad de México.

El objetivo de la práctica supervisada consistió en la aplicación de conocimientos adquiridos durante la carrera; aunque Localizadora Latam no cuenta con un departamento específico de comunicación, durante las 12 semanas de práctica supervisada se demostró lo indispensable de un comunicador dentro de una empresa a través de la producción de contenido audiovisual y multimedia, además de diversas funciones que se detallarán a continuación.

Junio 2017

Durante las primeras dos semanas la empresa asignó una capacitación operacional y técnica de las áreas de Pre producción, Producción y Post Producción en tema de audio. Debido a que la industria del doblaje en la actualidad es inexistente en Guatemala, los cofundadores de Localizadora Latam consideraron necesaria la asistencia de la practicante a diversos estudios de doblaje; la comprensión de las diferencias entre el doblaje para películas, series o documentales y el doblaje para videojuegos fue necesaria para que la estudiante de comunicación pudiera incorporarse e involucrarse con cada uno de los proyectos que Lola Mx maneja.

El departamento al que se asignó tras la capacitación fue el de post producción con la fin de realizar prácticas en edición y procesamiento digital sobre la DAW (Digital Audio Workstation) llamada Pro Tools, en esta área la practicante contribuyó con la limpieza y realización de Lip Sync de *cinematics* (ver glosario) o cinemática del videojuego, el *cinematic* es una secuencia o determinada escena que aparece en la pantalla de los jugadores cuando estos avanzan de un nivel a otro, usualmente en estas intervenciones se utilizan gráficos animados, muy similares a las películas; estas escenas aunque son integradas por imágenes generadas en computadora (CGI) poseen una gran producción para simular la realidad lo mejor posible, a través de la los

encuadros muestran la boca del personaje claramente por lo que se debe realizar una perfecta sincronía de labios con el audio en cualquier idioma que se graba, por ello durante las primeras semanas de labores, se asignó una capacitación para la comprensión de los diversos trabajos que se realizan. Es importante mencionar que en la industria de los videojuegos usualmente el editor carece de imágenes en el proceso de grabación y edición, la realización de un Lip Sync o sincronía de labios es usual para el doblaje de películas o series y poco común para los videojuegos.

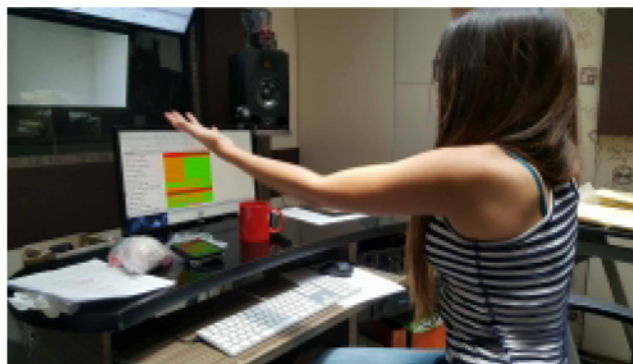
Debido a los altos estándares que la empresa maneja en el tratamiento de audio, las ediciones realizadas por la practicante no fueron enviadas para aprobación del cliente, la finalidad de esta asignación fue con fines didácticos.

Entre la segunda y tercera semana se apoyó en la organización de documentos y del inmueble. La organización de archivos fue referente a los contratos de confidencialidad de cada videojuego y actriz o actor involucrado en los proyectos; debido a que los contratos requerían revisión en la coincidencia de fechas de grabación y redacción de contratos en caso que estas no consideraran, esta asignación reducía el tiempo de los ingenieros en audio. Esta operación se llevó a cabo en conjunto con el equipo de la empresa ya que el nivel organizacional de Lola Mx así lo requiere.

Adicional al apoyo en un área administrativa, durante la tercera semana se realizó la edición de un video de demostración para Microsoft, uno de los clientes de la empresa; el trabajo consistió

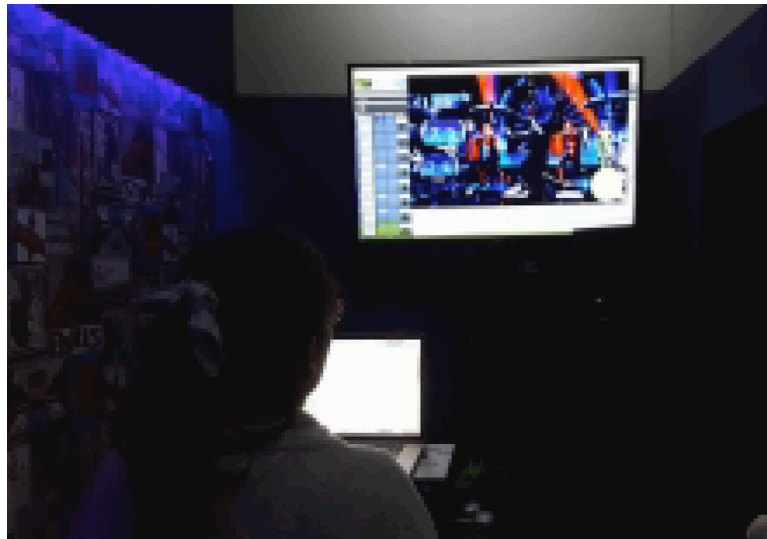


Captura de pantalla edición de audios en Pro Tools.



Fotografía organización de archivo de la empresa.

en recopilar fragmentos de los videojuegos en que Lola Mx había trabajado, en esta oportunidad se demostró el dominio y conocimiento de los programas de edición de video, cabe la pena resaltar que el área visual no es uno de los puntos fuertes de la empresa debido a que estos cuentan con la colaboración de ingenieros en audio como trabajadores de planta. A partir de este punto Localizadora Latam solicitó a la practicante más trabajos relacionados a la carrera de comunicación aunado al trabajo diario de edición que se solicitaba.



Fotografía edición para video de demostración para Microsoft

Todas la ediciones elaboradas fueron revisadas por ingenieros especializados, tras la aprobación del trabajo posteriormente las ediciones se realizaron directamente sin revisión.

Otra labor consistió en la grabación de algunos *retakes*, para aclarar este término primero se definirá que un *take* es una toma o una fracción identificada por un número, esta es extraída del guión literario y es entregada al actor o actriz para su grabación, es básicamente la unidad del trabajo por la cual se le paga al actor; en el doblaje la regrabación o repetición de estos diálogos se les llama *retake*.



Fotografía grabación de retakes



Fotografía grabación de retakes no oficiales

Debido a los cambios de diversos clientes y por la indisponibilidad de algunas actrices que son contratadas de forma esporádica o para determinados proyectos y personajes en la empresa, se requirió el apoyo en la grabación de algunos retakes como voz adicional para un videojuego.

Video Institucional

Link: <https://www.youtube.com/watch?v=rCARKy-JF8c&t=22s>

<https://www.facebook.com/LOLAAUDIOMX/videos/959423967532496/>

Durante la cuarta semana tras el análisis de la página web y manejo de redes sociales, se identificó la falta de actualización de material audiovisual; aunque Lola Mx posee dos videos en su plataforma, el tema central es el trabajo de los actores de doblaje que participaron para el videojuego “Assasin’s Creed” y “Far Cry” disponibles para las plataformas de PlayStation y Xbox.

Además estos videos fueron realizados por la desarrolladora Ubisoft, una vez que se identificó la necesidad de material propio de la empresa, se inició con la producción completa de un video institucional que reflejó el aspecto interno como el ambiente laboral, operacional y de respeto que se le tiene a este medio de trabajo ya que no se cuenta con un departamento de publicidad.

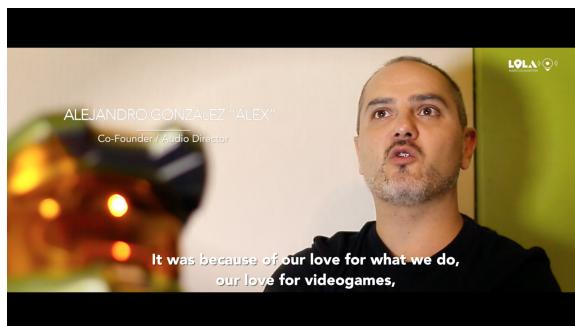
Es necesario aclarar que ya existía esta documentación, pero dado que la empresa no cuenta con una persona destinada a desempeñar este tipo de funciones, toda la información se encontraba desactualizada y el diseño de los mismos no mostraban la identidad ni la cultura que maneja la empresa Localizadora Latam.

Julio 2017

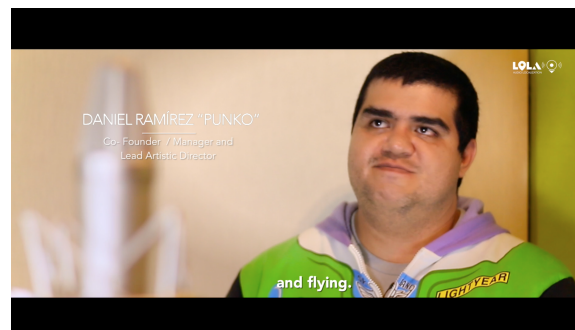
Posterior al diseño del organigrama y material interno, se formalizó la línea gráfica de la empresa y una vez culminado este trabajo y teniendo las tomas del video institucional se dio inicio al proceso de edición de todo el proyecto, al ser la única comunicóloga los fundadores de

Lola Mx permitieron libre albedrío en selección de imágenes, musicalización, edición, etc. Para fines de este video se actualizó la cortinilla de Localizadora Latam, se realizó una animación 2D en el programa After Effects, en sincronía con la música y sonidos incidentales (efectos de sonido), el logotipo de la empresa se redibujó y fue vectorizado en el programa de Adobe Illustrator.

De la semana 5 a la semana 6 se realizaron labores relacionadas a pruebas de audio para conseguir nuevos clientes. La empresa entró a un concurso para grabar contenido original para un juego de alta categoría, sin embargo la propuesta era crear contenido de una manera creativa para lo cual se grabó el detrás de



Captura de pantalla Video Institucional



Captura de pantalla Video Institucional



Fotografía pruebas de sonido. Elaboración Propia

cámaras de dicho contenido. La idea era reflejar la cultura mexicana que se vive día a día relacionada al ambiente familiar. Como nota adicional cabe la pena mencionar que la empresa consiguió el proyecto. Independientemente de este trabajo, también se hicieron tomas de video de diversos videojuegos requeridos por los clientes, mucho del contenido de audio tenía que ser apoyado visualmente para corroborar el proceso exigido por cliente. Tales tomas tenían que incluir el entorno en el que el actor se desenvuelve así como las técnicas de microfonía.



Fotografía Grabación de pruebas de sonido.
Elaboración Propia

En un mismo proyecto se realizaron grabaciones para diferentes modalidades dentro del videojuego que involucra cambiar continuamente la microfonía. Posterior a la grabación y toma de fotografías, el trabajo de la practicante consistió en la edición de los videos y el envío del material al Project Manager, quien realizaba la última función: Enviar al cliente las pruebas de sonido en conjunto a las imágenes y videos.

Durante la séptima semana para el video institucional, una vez que se culminó el proceso de edición se pasó a una etapa de post producción, se realizó la corrección de color, animación de textos, etc. Debido a que Localizadora Latam es una empresa que posee contacto con desarrolladoras de videojuegos a nivel internacional, en esta producción se transcribió al idioma inglés cada una de las intervenciones y diálogos del video completo.

Finalmente se llevó a cabo la subtitulación del video a través del programa Final Cut X, la subtitulación al idioma inglés fue una estrategia presentada a los directores para que el producto final pudiera evitar barreras de comunicación.

Dicho video recibió ligeros cambios, sin embargo hubo un atraso en la publicación, debido a la carga de trabajo, los fundadores de la empresa no contaron con tiempo suficiente para realizar la

revisión del video, tras la aprobación y solicitud de cambios, este pasó a la etapa de masterización y mezcla, función que realizó una de las ingenieras en audio de la empresa; se culminó el video y fue exhibido casi de manera inmediatamente a través de redes sociales y en la página web de Localizadora Latam S. C.



Captura de Pantalla. Edición de video institucional en Final Cut X

Es importante mencionar que dicha producción tuvo un impacto en el página de Facebook de la empresa, el video contó con más de 4 mil reproducciones en menos de una semana desde su publicación.

Posteriormente se realizó la edición de un nuevo video de demostración, en esta ocasión el fin de este demo era mostrar un breve catálogo de voces con las que cuenta la empresa. Aunque una de las ingenieras en audio es la única colaboradora un poco familiarizada con los programas de edición de video, debido a la urgencia del caso y el poco tiempo con el que se disponía, la practicante fue la encargada de realizar dicha función, el cliente solicitó una muestra de actores mexicanos que pudiesen hablar inglés, por ello se llevó a cabo la recopilación y entrega del material al cliente.

En la octava semana de práctica se realizó el diseño y diagramación de material interno, se realizaron diversas propuestas de diseños llamativos dirigidos principalmente para los actores que ingresan a las cabinas. Anteriormente la empresa contaba con esta clase de anuncios escritos en una página tras el análisis y el sentir la cultura empresarial de Lola en relación a los videojuegos, se optó por integrar elementos de comunicación con dicho enfoque.



Captura de Pantalla. Diagramación de material interno.

Posteriormente Sergio Madrigal (jefe inmediato) y Alejandro González (co fundador de la empresa) solicitaron apoyo para la creación de un croquis sencillo, elemento solicitado por la Secretaría del Trabajo y Previsión Social de México, el objetivo es cumplir con las condiciones de seguridad, prevención y protección en el trabajo, al realizar esta clase de trabajos, los directores de la empresa solicitaron más diseños relacionados a este tema, evitando una carga de trabajo y una inversión de tiempo para los ingenieros de audio y editores, quienes al no contar con el apoyo de un diseñador, deben realizar esta clase de tareas con programas de diseño o edición con los cuales no se encuentran familiarizados en su totalidad, por ello se evidenció que la presencia de un comunicador dentro de cualquier empresa podría ser de gran beneficio si los conocimientos adquiridos durante los años de carrera son implementados con seriedad y profesionalismo en todo momento.

En la última semana del mes de julio, luego que la practicante terminó diversos trabajos relacionados a temas de diseño gráfico y diagramación para la empresa (ver anexo gráfico), se apoyó nuevamente en la organización del archivo con contratos de confidencialidad y de reconocimiento que cada uno de los actores que asiste a Lola. Se realizaron distintos proyectos audiovisuales, entre ellos, peticiones especiales solicitadas por el Director de Área Artística, Luis Daniel Ramírez, desde noviembre del 2008, se lleva a cabo de forma anual la *Gamacon*, una de las convenciones más importantes de videojuegos en México, actividad en la cual, el actor y

director Daniel Ramírez fue invitado a participar en conferencia y firma de autógrafos, por ello solicitó la producción de un video de invitación que rompiera con los videos de presentación que tradicionalmente son realizados por sus colegas, dicho material requirió la redacción de un guión, la adaptación de palabras y sincronización del diálogo grabado con la boca del personaje, para ello primero se llevó a cabo la selección de escenas de los diversos personajes para los que el cofundador de Lola presta su voz; entre ellos se encuentran: El personaje número 2 de la serie animada Los Chicos del Barrio del canal Cartoon Network, Peter Parker en la trilogía de Spiderman, Ron Weasley en la película Harry Potter, la voz de Ed en la serie animada Ed, Edd y Eddy, etc.

Posteriormente se realizó la grabación en un detrás de escena, en la cual el trabajo también requirió de dirección por parte de la practicante. Este breve video fue compartido en las redes sociales del evento, cuya recepción fue positiva desde el inicio.

Link: <https://youtu.be/9fb72DJvzY>



Captura de Pantalla. Comentarios del video para Gamacon



Captura de Pantalla. Comentarios del video para Gamacon

Agosto 2017

A partir de la novena semana se inició la preproducción para un nuevo proyecto solicitado por el director de área artística, Daniel Ramírez, el proyecto consistió en la realización de cápsulas que serán publicadas en redes sociales.

Dichos videos son testimonios de la trayectoria de cada individuo que ha dirigido algún proyecto en la empresa. Para la producción de estas cápsulas se requirió la redacción de guiones (Ver anexo gráfico), animación de textos en 2D, trabajo de post producción en colorización, animaciones, etc.

Cada uno de los directores y actores entrevistados se mostraron complacidos por el dinamismo y el formato de dichas entrevistas, en este caso durante la producción de las cápsulas se realizaron tres actividades con cada uno, las primeras semanas del último mes consistieron en la grabación y la pre producción para cada una de ellas, así como la coordinación de horarios en el estudio para la grabación de estas entrevistas.



Fotografía en Grabación y Edición de Cápsulas para redes sociales. Elaboración Propia

El coordinador de estudio y Project Manager al verse sobrepasado de trabajo solicitó apoyo en diversos temas de logística y entregas de material. Se realizó una revisión de sesiones de grabación recibidas por el área de producción para poder comparar y coordinar fechas de grabaciones, al finalizar la revisión se hizo entrega de un reporte de la situación del proyecto al coordinador del estudio, Sergio Madrigal, con base en el reporte, tanto el Project Manager como la coordinadora de talento pudieron reprogramar el calendario del estudio y realizar los llamados correspondientes de directores y actores en el estudio.

Es importante aclarar que aunque se tenga toda la información inicial recibida todo está sujeto a cambios en diversos horarios, incluso durante la madrugada debido a que se trabaja en conjunto con estudios de diversos países, por lo que la recapitulación de toda esta información es vital para evitar cualquier pérdida de material final por entregar. Aunado a este tema otro factor fundamental es que la logística y el orden es imprescindible para optimizar tiempos de entrega ya que al lado de las grabaciones se programa el juego por el desarrollador original por lo que todo el tiempo el trabajo es contra reloj. Localizadora Latam es una empresa que se caracteriza por cumplir tiempos de entrega y con altos estándares de calidad, es por ello que entre su cartera clientes y proyectos se encuentran aquellos videojuegos de categoría AAA.

Adicional al tema de producción audiovisual, se apoyó con la realización y diagramación de las presentaciones y videos de presentación que el Director de Área Artística, Luis Daniel Ramírez utilizó para presentaciones personales como actor de doblaje en Tijuana. Para esto se realizó un reel, una recopilación de algunos personajes principales interpretados por el cofundador de Localizadora Latam. **Link: <https://youtu.be/jCVQV97-410>**



Captura de Pantalla de diagramación y realización de presentaciones para el director de Área Artística.

Durante el mes de agosto se tuvo la oportunidad de asistir como representante de Localizadora Latam a una conferencia organizada por ProMéxico, organismo del gobierno de México que se encarga de coordinar estrategias que fortalezcan la participación de este país en la economía. El objetivo de la conferencia era poseer un acercamiento con personalidades reconocidas a nivel internacional por formar parte de realidades interactivas como la realidad virtual y las experiencias 360.

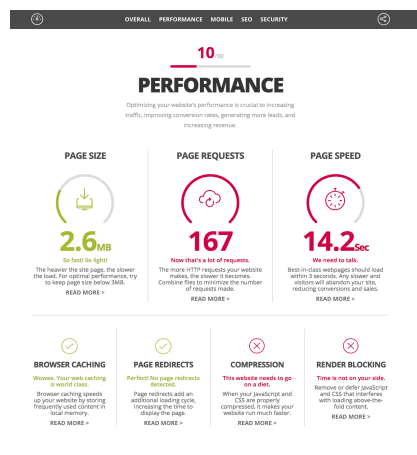


Proméxico (2017). virtualmente: Realidad digital narrativa en 360 [Fotografía]. Recuperado de: <https://www.gob.mx/promexico/articulos/virtualmente-realidad-digital-narrativa-en-360?idiom=es>



Proméxico (2017). virtualmente: Realidad digital narrativa en 360 [Fotografía].

Posteriormente se analizó la funcionalidad del sitio de la empresa, lo que se buscó fue que el SEO o sea el posicionamiento y optimización de la empresa resulte útil. Debido a los resultados, se sugirió una estrategia en la que se lograron realizar ligeros cambios para optimizar página web así como redes sociales, uno de los problemas principales era el tiempo que se tomaba para cargar la página web con respecto a la competencia directa.



Captura de Pantalla. Optimización del sitio web.

La solución propuesta por parte de la practicante desde el campo de la comunicación fue la compresión y reducción del tamaño de los archivos como videos e imágenes que generaban un atraso de 14.2 segundos para la carga de la página. Según el sitio web 40defiebre, el tiempo de espera es un factor vital no solo para el posicionamiento, también para brindar una buena experiencia para el usuario (<https://www.40defiebre.com/guia-seo/como-hacer-web-optimizada-seo/>). Aunque la empresa no se dedica al comercio electrónico y una de sus principales formas de publicidad es boca a boca, el SEO permite que los usuarios encuentren el sitio web de una mejor manera a través de los motores de búsqueda, actualmente para Google lo importante es un SEO orgánico, esto quiere decir que se centra en los resultados que no son pagados.

La última semana de prácticas consistió en la edición de las cápsulas y grabación del resto de entrevistas programadas, para esta ocasión se requirió nuevamente la redacción de guiones, la preparación del set de grabación aplicando conocimientos en iluminación, fotografía, etc. La edición para estas cápsulas tienen como finalidad ser más dinámicas como lo define Castells en la comunicación en la era digital “La creciente influencia de las empresas del sector de los medios de información y comunicación sobre las instituciones públicas reguladoras puede poner la revolución de las comunicaciones al servicio de los intereses empresariales” (p.91).

El objetivo de implementar mayor material y producciones en las redes sociales de la empresa es porque es una estrategia que combina la tecnología y comunicación. Según Castells “...otras fórmulas, como Facebook, han ampliado las formas de sociabilidad a redes de relaciones concretas entre personas identificadas de todas las edades...Si los medios de comunicación se basan en gran medida en el entretenimiento, esta nueva forma de entretenimiento, basada completamente en Internet y en la programación de software, es un elemento fundamental del sistema de los medios de comunicación” (p.106).

La practicante tuvo la oportunidad de realizar grabaciones y pruebas de voz para un proyecto, sin embargo a la fecha final de las prácticas, aún no se obtuvo respuesta final por parte del cliente.

Septiembre 2017

Por actividades extracurriculares la practicante, tuvo la oportunidad de permanecer en el vecino país por un mes más por lo que extendió su servicio en la empresa Localizadora Latam hasta el viernes 29 de septiembre del 2017. Durante el último mes se pudo relacionar de forma académica y profesional con más profesionales en esta industria, como el Director y Actor de Doblaje, Rubén Moya, reconocido por prestar su voz para español latino al actor Morgan Freeman y ser la voz de la serie “Aunque usted no lo crea”, quien impartió cursos de doblaje y locución comercial a la estudiante guatemalteca.



Cursos de Doblaje y Locución Comercial con Rubén Moya

Previo a culminar la estancia y esta experiencia, México sufrió dos terremotos, el primero se registró el 7 de septiembre con una magnitud de 8,1 en la escala de Richter susceptible en diversos países incluyendo Guatemala; y el segundo, uno de los peores terremotos en la historia de México ocurrió el martes 19 de septiembre con una magnitud de 7,1 en la escala de Richter, misma fecha que se cumplían 32 años desde el terremoto de 1985 que causó devastaciones en todo México.

Cada uno de los colaboradores, incluyendo a la practicante, brindó apoyo humanitario para los damnificados por el terremoto, acciones que se detallarán en el capítulo siguiente. Las actividades en los estudios fueron retomadas poco a poco con el paso del tiempo, sin embargo cabe la pena mencionar que el ambiente y la tranquilidad de las personas en general no se percibió de la misma manera tras el terremoto.

V. REFLEXIÓN

La presente reflexión se enfoca en la experiencia de práctica supervisada que se llevó a cabo a partir del 5 de junio al 29 de agosto del 2017 en la empresa Localizadora Latam S.C. (Lola Mx / Lola), ubicada en Ciudad de México, la cual se dedica a la audio localización o doblaje de videojuegos para el habla hispana, lugar en el que la practicante ejerció como productora audiovisual y de contenido multimedia.

Uno de los factores que influyó para tomar la decisión de realizar las prácticas supervisadas en el exterior, fue el hecho que México es uno de los principales países en la industria del doblaje, lo que permite un acercamiento y brinda oportunidades a futuros guatemaltecos y estudiantes landivarianos que deseen ejercer en esta campo de la comunicación actualmente inexistente en el país.

La elección de la práctica en el extranjero permite a los futuros profesionales de la Universidad Rafael Landívar comprender las necesidades y exigencias de las empresas internacionales en la actualidad, y brinda a las empresas en otros países la oportunidad de un intercambio pedagógico, cultural y laboral.

Uno de los perfiles de ingreso a la carrera es que el estudiante debe ser apasionado a las nuevas tecnologías de la comunicación y el arte, debe ser capaz de solucionar problemas, ser creativo, poseer habilidades en comunicación oral y escrita, al finalizar el egresado es capaz de generar contenidos para distintos medios de forma independiente, maneja plataformas digitales, diseña y elabora materiales gráficos, implementa estrategias, fomenta el diálogo, investiga, analiza y es capaz de trabajar en equipo y a la vez es un profesional comprometido con la sociedad.

Independientemente de la carrera, el egresado de la Universidad Rafael Landívar es un profesional de excelencia académica con valores. Por ello, la practicante reitera su compromiso ante esta institución y la empresa Lola Mx de cumplir al pie de la letra el contrato de confidencialidad firmado al inicio de la práctica profesional. Por lo tanto, no se revelarán detalles ni proyectos que puedan en algún futuro perjudicar a alguna de estas dos instituciones.

Videojuegos ¿Un medio de comunicación o una pérdida de tiempo?

Se debe partir del hecho que el campo de los videojuegos es relativamente nuevo tanto para ingenieros de distintas especialidades como para los profesionales enfocados en el mundo audiovisual. Es un medio en el que con cada generación se incrementa el número de seguidores. Hoy en día la manera en la que se ven los videojuegos es diferente a la primer generación de consolas o arcade en donde se tenía un tabú por este medio y sus avances tecnológicos, que tiene como principal objetivo el entretenimiento de los usuarios.

El ser humano por naturaleza posee la necesidad de comunicarse, expresarse e interactuar. Tanto la industria cinematográfica, la televisión, los cómics y los videojuegos han enfrentado diversas críticas por su interés de entretener más que de educar a la audiencia, sin embargo se ha demostrado a través de diversos estudios que los videojuegos pueden influir positivamente incluso en el aprendizaje, muestra de ello en el contexto latinoamericano existe un estudio en el cual México comprobó que el uso de la tecnología y la comunicación interactiva en la educación promueve un desarrollo en las habilidades matemáticas básicas de los alumnos. Según Nieto, Heredia y Cannon (2014) esta investigación se desarrolló desde una perspectiva académica a través de un estudio cuantitativo donde se estudiaron a 34 sujetos entre hombres y mujeres, el estudio se enfocó en la consola Xbox360-Kinect y el juego Body and Brain Connect.

Los conceptos básicos sobre las funciones principales que deben cumplir los medios de comunicación según Joseph Dominick y otros autores influyentes en la comunicación son las de informar, comunicar, educar, entretener, etc. Sin embargo la industria de los videojuegos posiblemente continuará generando debates por su función, su contenido o sus géneros, pero esta experiencia permitió comprender que aunque es un medio de entretenimiento, esta industria está conformada por un grupo de profesionales detrás. Se requiere de una gran capacidad, conocimiento del mercado, se debe contar con calidad en diseño, traducción, actuación para doblaje, producción visual y sonora, etc. Fue posible comprender la importancia y cantidad de elementos, teorías y campos de la comunicación que se relacionan para el resultado final: un videojuego.

El tema principal de la experiencia de trabajo en el estudio Lola Mx, se enfoca en la audio localización de los videojuegos a nivel latinoamericano, es decir que se dedican a la pre producción, producción y post producción de audio. Los videojuegos, además de la interactividad, constan de cinco elementos esenciales: gráficos, interfaz, historia, sistema de videojuego y sonido. (Newman, 2005:11 citado en Méndez, 2015, p. 80). Desde una perspectiva de la comunicación Freidenberg (s.f) resalta que los medios de comunicación de masas son empresas privadas que subsisten por su capacidad de venta. Según un artículo publicado en el diario El Universal, Castillo (2017) expone que solo para Xbox, México es uno de sus principales mercados estratégicos luego de Estados Unidos.

Conocer un campo general sobre situación actual de la industria de los videojuegos es esencial para tener una idea futura de este medio. Se inicia con la localización de dichos contenidos sin embargo, poco a poco se empiezan a crear brechas para introducir nuevos campos laborales que para la creación y gestión de dicho contenido; algunos ejemplos parten desde el diseño sonoro exclusivo para videojuegos, así como la programación, la redacción de historias para estos, etc.

Al inicio de la carrera y en diversas ocasiones, el hecho de comprender las teorías de la comunicación o que la semiología es una ciencia necesaria dentro de las Ciencias de la Comunicación puede resultar confuso o incluso se ve innecesario si el estudiante no considera dedicarse al análisis de los significados, a la interpretación de símbolos o a escribir libros y críticas, pero a través de este nuevo campo laboral es donde se recapitula todo lo aprendido durante la carrera, en donde diversas materias se fusionan y tras un análisis y repaso de diversas teorías se concluye que los videojuegos y el doblaje tienden a ser también parte de las críticas desde la Escuela de Frankfurt por las tendencias de la modernidad debido al capitalismo.

A lo largo de capítulos anteriores se fundamentó a través de teorías y estudios que subestimar la industria de los videojuegos es subestimar el arte y un motor del cambio cultural, considerar que los videojuegos no son un medio de comunicación con potencial, es vivir en el pasado, es pensar que el comunicador landivariano no es capaz de incursionar y adaptarse a las nuevas tecnologías de la era digital.

Sin embargo no se puede ocultar o negar que la ideología de Adorno y Horkheimer tiene cierta razón donde los productos como los videojuegos son homogeneizados, adaptar un juego al idioma original es un intento por romper con esta homogeneidad y aquí interviene también la el campo de la semiología pues para hablar o escribir, el ser humano utiliza infinitos tipos de símbolos y signos, en los videojuegos existen ciertos símbolos únicos que se utilizan a nivel mundial y este es un tipo de comunicación para que el idioma no sea una barrera más, los usuarios brindan significados de forma constante a esta serie de símbolos y signos.

Al utilizar “un español neutro”, se intenta alcanzar a los diversos países de habla hispana, pero tal como lo define Doblaje Wiki, se pretende eliminar cualquier tipo de acento, musicalización e identificación territorial, es una variante homogénea para no realizar doblajes en cada país, se hace uso de palabras formales para que sean entendibles en la mayoría de países, sin embargo en algunos los significados son totalmente distintos, además el término de español neutro según diversos autores es un error, ya que esto no existe, cada país tiene una variante en su idioma que lo caracteriza y eliminar estas variantes es perder parte de lo característica cultural en el idioma y es esto lo que critica Adorno y Horkheimer donde el fin de adaptar el contenido es con fines lucrativos, sin embargo los usuarios han demostrado aceptar esta clase de adaptaciones del idioma original a su idioma materno, aunque Localizadora Latam no tiene como objetivo incrementar el número de ventas, sino producir arte a través del sonido, la actuación, etc. Esta resulta siendo una empresa que también influye en la industria cultural. (http://es.doblaje.wikia.com/wiki/Espa%C3%B1ol_neutro).

Audio: El reto para el comunicador

Es importante recalcar que el campo audiovisual existente en México es abismal, y que cada vez se vuelve más complejo subsistir de manera particular en este medio. Es por eso que Lola al tener como parteaguas a desarrolladoras y distribuidoras (hablando específicamente de la cartera de clientes), posee una gran oportunidad de incursionar cada vez más en estos “nuevos medios” de comunicación como fuente de trabajo. Es necesario aclarar que Localizadora Latam también se dedica a realizar doblaje y Foley para series y películas, pero se caracteriza por realizar doblaje neutro para videojuegos y esa es una de sus fortalezas. La experiencia laboral de la

practicante va directamente vinculada a estas brechas de trabajo que podrían generar un nuevo mercado laboral para Guatemala.

Desde el inicio de la práctica la estudiante enfrentó constantemente una serie de retos y obstáculos. En primer lugar, a pesar que en el pensum de estudio 13001 del estudiante landivariano que egresa de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación se incluyen cursos como el taller de expresión oral, radio, cursos relacionados al tema de producción audiovisual, marketing, publicidad, etc. Una de las debilidades que evidentemente se carece en el campo de la comunicación en general, incluyendo a los profesionales egresados con pensum de estudios de esta misma carrera en Ciudad de México es el tema del audio.

Durante los años de carrera la captación del sonido se aprende de una forma básica para la funcionalidad de proyectos audiovisuales a través de breves inducciones; y aunque se comprende que el audio es una especialidad, estudiada la mayoría de veces por ingenieros en sonido o músicos, evidentemente este es uno de los elementos que falla de forma regular en los proyectos audiovisuales tanto de estudiantes como de diversos profesionales de la carrera de comunicación que actualmente ejercen en Guatemala, incluso en algunos proyectos cinematográficos producidos a nivel nacional enfrentan esta clase de deficiencias.

Uno de los temas más importantes en este ámbito y que se reforzó de forma constante por parte de los colaboradores de la empresa fue la microfónica y la edición de audio, el contenido sobre microfónica fue impartido en el taller de expresión oral durante el primer ciclo de la estudiante, pero por los objetivos de dicho curso, este se enfocó en el manejo de la voz, manejo corporal, la comprensión del aparato fonador, ejercicios y elementos claves que todo comunicador debe tomar en cuenta al presentarse ante un público.

En el tema de edición de audio, representó una ventaja que la estudiante se encontraba familiarizada con Pro Tools, el cual fue utilizado para la edición de diversos proyectos universitarios debido a que este programa se encuentra disponible e instalado en las computadoras dentro de las cabinas de la Universidad; cabe la pena resaltar que a través de la visita a diversos estudios de doblaje en Ciudad de México como Candiani dubbing studios,

Labodigital, Macías Group y Localizadora Latam “Lola” audio localization; se logró constatar que protocols es el programa que se utiliza por excelencia para grabación y edición de audios a nivel internacional.

El relacionarse con ingenieros especializados en el diseño de audio, permitió comprender los errores frecuentes que se los comunicadores cometen al aplicar las técnicas de microfoneo, uno de ellos y quizás el más importante que puede provocar el daño total de un micrófono es que el camarógrafo o la persona que se encarga de la conexión olvida que los micrófonos son transductores de ondas sonoras en energía eléctrica, los micrófonos difieren por clases y usos, los piezoeléctricos (condensador) que son los más usados para la grabación de audio profesional son más sensibles porque requieren de un voltaje extra (48 Volts) para que puedan funcionar, es necesario realizar una revisión de las especificaciones de cada micrófono y de la cámara antes de realizar la conexión ya que, si bien son más resistentes que los micrófonos de listón, la acción al conectar y desconectar de manera continua puede dañar al mismo.

En conclusión, aunque el tratamiento del sonido digital es una de las fortalezas para la producción sonora, el sonido es la piedra angular de todo proyecto audiovisual producto de la combinación entre arte y ciencia según diversos autores.

Una industria desconocida

Haber laborado en un medio del que no se tiene mayor registro en Guatemala y haber iniciado en México un modelo de trabajo totalmente nuevo, un poco ajeno a los conocimientos recibidos en la Universidad no representó una tarea fácil; sin embargo se puede decir que la experiencia además de haber sido gratificante en el aspecto profesional también lo fue en el aspecto personal.

Se tuvo la oportunidad de ingresar a las cabinas para “hacer sala”, esto consistió en que la practicante obtuvo la autorización de acceso por parte del director e ingeniero de la sala durante algunas sesiones de grabación con fines pedagógicos. La estudiante escuchó y observó a diversos actores y actrices reconocidos en esta industria al realizar el doblaje para diversas series y videojuegos AAA (triple A).

Aunque los estudiantes egresados de esta casa de estudios poseen diversas ramas para laborar, cabe la pena resaltar que doblaje no es sinónimo de locución. Como se detalló en el apartado 3.2.2 del presente informe, un actor o actriz de doblaje es como su nombre lo indica un actor o actriz que se especializa posteriormente en doblaje y aunque existen diversas herramientas en común con la locución, la voz del actor es solo uno de los elementos que entran en juego, aunque estos personajes no aparece en pantalla, detrás del micrófono este realiza toda una labor corporal y facial. Para transmitir a través de su voz debe introducirse en su papel. La experiencia permitió a la estudiante ampliar el panorama y explorar nuevas industrias en las cuales un comunicador tiene la posibilidad y capacidad de ejercer.

Debilidades como ventana de oportunidades

La mayor parte de lo detallado en la presente reflexión de prácticas consiste en el aprendizaje que se obtuvo y las desventajas de la practicante ante una industria no experimentada actualmente en Guatemala ya que no todo fue miel sobre hojuelas.

A pesar de los retos, es en este punto en el que se detalla cómo la estudiante de la carrera de Ciencias de la Comunicación utilizó estas “desventajas” a su favor. Al inicio no se tenía certeza en el departamento en el cual se podría apoyar debido al nivel de exigencia en cuanto a calidad de grabación de sonido, el nivel de rapidez y habilidad que los editores requieren para la edición y limpieza de sesiones contra reloj.

Las debilidades o las asignaciones inexploradas por la practicante se detectaron desde el inicio, con el paso del tiempo se ganó un espacio dentro de la empresa en donde se desempeñaron funciones de diversas ramas que el comunicador egresado de la Universidad Rafael Landívar domina, como por ejemplo el campo audiovisual.

Debido a que la empresa Localizadora Latam se dedica al diseño de audio, específicamente la audio localización o doblaje de videojuegos; no todos los colaboradores de la empresa contaban con un total dominio sobre el campo visual o el uso de las distintas herramientas para las

producciones audiovisuales o de diseño gráfico. Aunque eran contados los integrantes de esta empresa quienes contaban con un conocimiento básico en esta área, tanto el factor tiempo como las distintas tareas a su cargo y campo no les permitieron desarrollar este tipo de proyectos con regularidad anteriormente.

A través del contenido que se generó a lo largo de las prácticas profesionales, se integraron conocimientos en redacción de guiones, en edición, grabación, fotografía, post producción para animaciones 2D, corrección de color, etc. Para todo ello se hizo uso de diversos programas de edición como Final Cut Pro X, Adobe Premiere y After Effects para las animaciones. Estas habilidades se aplicaron para la producción de cápsulas que serán compartidas en redes sociales y la realización del video institucional.

Se apoyó en la diagramación y diseño de diversos materiales, en su mayoría de nivel interno. A través del pensum de estudios, se aprendió el uso de softwares para diseño gráfico y diagramación, materias en las que la Universidad orientó parte de los esfuerzos.

Una de las razones que permitieron a la practicante un fácil desenvolvimiento y una aceptación dentro de la empresa es que la estudiante landivariana posee experiencia previa en los medios de comunicación como radio y televisión en Guatemala, por lo que la adaptación en un entorno laboral fue de menor dificultad y permitió un punto de comparación crítico y objetivo acerca de estas industrias en comparación al mundo del doblaje.

Debido a que la practicante contó con dominio de esta rama, con el transcurso del tiempo hubo un acercamiento por parte de los colaboradores e ingenieros en audio tanto por intercambiar conocimientos de esta índole como por intercambiar experiencias y conocimientos culturales entre ambos países debido a que los trabajadores de esta empresa provienen de distintos estados de México como Oaxaca, Monterrey, Puebla, Ciudad de México, etc. principalmente hubo una constante comparación en el uso del idioma, las costumbres, formas de trabajo, la diferencia entre industrias de comunicación de México y Guatemala, esto ayudó y aportó de cierta manera a la empresa para emplear palabras que aplicaran en el contexto centroamericano.

A pesar de encontrarse “cerca” de Guatemala el proceso de adaptación desde una perspectiva personal fue uno de los mayores retos, previo a esta experiencia la comunicadora no había tenido la oportunidad de salir de su país de nacimiento, por lo que acoplarse a un nuevo estilo de vida también sumó gran valor a esta experiencia; los grados de responsabilidad aumentaron con el paso del tiempo para lograr realizar labores de la empresa y posteriormente realizar las respectivas tareas de la Universidad y labores del hogar.

Habituar a hacer uso del transporte público en Ciudad de México al inicio fue un enorme reto, pues durante los primeros meses de estadía, el hogar de la landivariana se encontraba ubicada a varios kilómetros de distancia de la empresa, se debía tomar en cuenta el tiempo estimado en llegar a la empresa y retornar a casa los cuales consistían en aproximadamente 1 hora y media o dos dependiendo la afluencia de personas en el metro de la ciudad y los autobuses (camiones o peseros).

Los principales responsables de la empresa fueron en todo momento muy comprensivos en este aspecto, por ello procuraban no realizar asignaciones que afectaran a la practicante en su horario de salida, es importante mencionar que los índices de violencia y porcentajes de secuestro en México son los más altos a nivel mundial y uno de los objetivos de Lola Mx es resguardar la integridad y velar por el bienestar de sus colaboradores. Fuera del enriquecimiento en el aspecto laboral que esta experiencia puede generar para un futuro profesional, esta clase de aspectos también proporcionan una experiencia de vida.

La empresa Localizadora Latam (Lola), ofreció un entorno seguro y cómodo para la practicante guatemalteca y todos sus colaboradores, lo que genera empatía y una adaptación rápida a pesar de estar en otro país. La hospitalidad y disposición de enseñar y aprender de cada miembro en Lola permitió una experiencia enriquecedora.

Terremoto en el 32° aniversario

A continuación la practicante realiza una breve reflexión sobre su experiencia de práctica desde una perspectiva humanitaria tras vivir el terremoto el 19 de septiembre del 2017 en Ciudad de

México de 7,1 grados en la escala de Richter que dejó al menos 230 víctimas mortales según el Coordinador Nacional de Protección Civil de la Secretaría de Gobernación.

Aunque esta reflexión se pretende expresar con la mayor objetividad e imparcialidad posible, la estudiante landivariana desea manifestar a través de estas líneas una experiencia que queda exenta del hombre. La futura Licenciada en Comunicación de la Universidad Rafael Landívar, consciente de su compromiso ante la sociedad, tuvo la oportunidad de acudir y brindar apoyo humanitario en conjunto a los integrantes de la empresa en una de las zonas más afectadas en Ciudad de México: La Colonia Condesa. Tras el percance cada uno de los integrantes sin importar procedencia o estrato social se sumó a los miles de voluntarios para tender la mano a los afectados por el terremoto, lo que llenó de orgullo a la practicante por pertenecer a una institución con una verdadera responsabilidad social empresarial y con un compromiso humanitario.

Los cofundadores de la empresa Localizadora Latam realizaron la organización del equipo para la distribución de la ayuda, brindaron equipo profesional de audio con el fin de introducir los micrófonos entre los escombros para tratar de percibir sonidos de los posibles sobrevivientes; aunque los equipos de rescate rechazaron la ayuda, esta iniciativa demostró cómo desde nuestro campo o especialidad profesional se pudo brindar un apoyo que va más allá de intereses económicos.

24 horas después de este desastre natural tanto las ferreterías, farmacias, abarroterías y supermercados carecían de artículos de primera necesidad, la mayor parte de insumos y productos básicos se habían agotado. Actores y directores de diversas empresas juntaron esfuerzos para apoyar de diversas formas. Es ante estas adversidades en las que sobresalen aún más los valores, la responsabilidad y compromiso ante la sociedad no solo por parte de las empresas sino la de sus colaboradores.

Desde la perspectiva de la estudiante guatemalteca, incursionar en esta industria es factible aunque podría requerir de una fuerte inversión en tiempo e inversión económica, el trabajar en una industria en el extranjero permitió aplicar durante la experiencia laboral lo expresado en la

fundamentación teórica donde un comunicador puede incursionar en nuevas industrias como lo expresa Manrubia (2014) en los videojuegos “participan multitud de profesionales de ámbitos muy específicos, con clara especialización en función de las subfases en las que se ubiquen” (p.792).

A pesar de poseer especializaciones, estos no son suficientes según López (2005) quien aclara que el carácter de un medio de comunicación depende del sentido al que se dirige, en este caso el oído permite al usuario sentir e imaginar, este autor concuerda con Stanislavski en que un profesional con el conocimiento de las técnicas, buena voz o iniciativa será un trabajador de radio o de algún medio, mas no un comunicador “si no siente algo por dentro, sino se mete en la magia del medio, nunca llegará a ser un buen radialista...porque habla bien, pero no comunica” (p.27).

Como todo medio de comunicación ya sea con fines educativos, informativos o de entretenimiento, los videojuegos según Manrubia (2014) poseen etapas de pre producción, producción y post producción “El desarrollo del juego, a lo largo de su ciclo de vida, se puede asemejar al de una película de cine...”(p. 792).

A través de esta reflexión la practicante expone que todo comunicador landivariano es capaz de fusionar los conocimientos de la carrera de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación con otras disciplinas como el arte y profesiones como la ingeniería en sonido como lo establecido según una cátedra de la Unesco sobre la comunicación en 2002, donde se expuso que profesionales de diferentes carreras se esfuerzan diariamente para lograr incursionar e integrar sus conocimientos tanto para medios tradicionales como los nuevos medios.

Debido a las experiencias laborales en medios de comunicación tradicionales masivos como televisión y radio, previas a la experiencia de práctica profesional, en donde la estudiante de Ciencias de la Comunicación ha ejercido como editora de noticias y locutora comercial, se pudo constatar que tanto en la industria del doblaje como en la locución comercial, el cine o la televisión; el profesional que ejerza en alguna de estas ramas debe contar con conocimientos más allá de la locución, como cita Baptista (2009) a McLuhan en una entrevista realizada en 1960

donde este expone que para estudiar los efectos de los medios se debe salir del medio ambiente mediático para lograr comprender la confrontación de fuerzas (p.92). El objetivo de estos trabajos es transmitir emociones a través de recursos humanos, en este caso se orienta a través de la voz, tarea que puede resultar complicada si únicamente se posee con el conocimiento de la teoría y poca o ninguna experiencia para aplicar el manejo de emociones ante un público o un micrófono, como se sustenta la postura de José Ignacio López Vigil o Stanislavski en parte de la fundamentación teórica de este trabajo.

¿Qué es un presentador en un programa de televisión o un locutor en un programa de radio sino es un personaje ante su audiencia? De la misma forma en que un actor debe entrar en su papel, un conductor de radio o televisión entra en personaje cuando se encuentra al aire. La diferencia con un actor o actriz de doblaje y un actor o una actriz de televisión o cine es que quien se dedica al doblaje únicamente cuenta con el recurso de su voz para dar credibilidad a cada una de sus palabras ¿Y qué es un actor sino un intérprete? ¿Qué es el arte sino una forma de expresión y comunicación? La comunicación se da de forma escrita, verbal y no verbal como el lenguaje corporal o icónico.

A través de la experiencia de práctica y en radio, la estudiante propone utilizar la inexistencia de esta industria en el país como una estrategia por parte de la Universidad Rafael Landívar para ser una de las precursoras en preparar profesionales para este campo, aunque la Universidad pública y estatal de Guatemala cuenta con cursos de doblaje dentro del pensum académico de la Escuela de Ciencias de la Comunicación, esta aún no ha brindado mayores resultados o no existen antecedentes de los logros obtenidos.

Haber realizado las prácticas en el extranjero brindó una experiencia de vida con un giro de 180 grados, amplió el panorama de los campos en los que un comunicador se puede desenvolver, permitió un crecimiento personal y profesional indescriptible y es con esta última experiencia de vida que la estudiante culmina la reflexión con el deseo de impulsar la creación de nuevos medios, nuevos espacios que puedan adaptarse dentro de la Universidad Rafael Landívar y la sociedad guatemalteca e incentivar a futuros profesionales para incursionar en nuevas industrias relacionadas a la comunicación aún desconocidas en nuestro país.

VI. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

6.1 Conclusiones

- Tras cinco años de formación académica la experiencia de práctica profesional en el extranjero en un campo que actualmente no existe en Guatemala fue retador y gratificante para la alumna landivariana. Permitió la búsqueda de nuevos horizontes relacionados al campo de la comunicación tras la aplicación de conocimientos adquiridos durante la carrera y la adquisición de nuevos conocimientos a través de la práctica en Ciudad de México.
- La practicante cumplió con cada uno de los objetivos establecidos al inicio de la práctica de forma satisfactoria.
- Localizadora Latam es una empresa caracterizada por su profesionalismo, calidad en audio, actuación, y buen ambiente entre sus colaboradores, quienes proporcionaron a la practicante de origen guatemalteco todos los conocimientos, procesos y herramientas necesarias para su integración al equipo de trabajo; además del dominio en sonido poseen conocimiento en videojuegos. Las instalaciones se encuentran adaptadas para la grabación de juegos de video y *foleys*, sin embargo poseen un espacio limitado para cierta cantidad de trabajadores.
- Diversas empresas a nivel nacional e internacional limitan la aceptación de practicantes universitarios (incluyendo extranjeros) debido a la falta de compromiso de algunos profesionales o por motivos de confidencialidad en la información.
- La licenciatura en Ciencias de la Comunicación es una profesión poco valorada por una gran parte de compañías en México que no se relacionan a los medios tradicionales como radio, prensa, televisión o cine. Sin embargo Localizadora Latam, se diferencia por brindar nuevos espacios, respetar cada una de las profesiones y permitir la libertad de los miembros para crear, proponer y aportar a la empresa.

- Las empresas u otros profesionales que se relacionan a la carrera de Ciencias de la Comunicación desconocen en gran parte esta área y sus diversas disciplinas. Se comprobó al inicio de esta experiencia que se posee cierto estereotipo hacia los estudiantes de comunicación, debido al poco conocimiento e información sobre las herramientas y programas que los futuros profesionales tienen la habilidad de manejar.
- A lo largo de tres meses de práctica, la estudiante realizó diversos proyectos multimedia para uso interno y externo de la empresa, los cuales fueron publicados tanto en redes sociales como en la página web en donde aparecen los créditos de la practicante.
- La practicante aplicó conocimientos de publicidad, gestión web, producción audiovisual, diseño, relaciones públicas, marketing, fotografía, etc. Lo que permitió a los colaboradores de la empresa dedicarse a sus funciones específicas sobre temas de audio y a ella demostrar la habilidad del comunicador landivariano y su formación integral.
- Debido a que el tratamiento de audio profesional y diseño sonoro son áreas más técnicas y no es un campo específico del comunicador landivariano, eso representó una dificultad y desventaja al inicio de la práctica, sin embargo, se utilizó dicha adversidad como una oportunidad donde la estudiante aportó en el área de producción multimedia, siendo el manejo del video e imagen una de las fortalezas del egresado en esta casa de estudios.
- Aunque los videojuegos no son tomados con seriedad y son catalogados como medios para el entretenimiento, no se puede negar que con los avances tecnológicos estas nuevas TICs involucran más que el entretenimiento de usuarios. Es un medio de comunicación masivo que brinda la oportunidad de comunicación e interacción entre jugadores de distintas partes del mundo y con este vehículo, su nivel de producción es cada vez mayor y en algunos casos, dependiendo del objetivo del videojuego, brinda aprendizaje a través de ellos.
- Desde la perspectiva del campo del comunicólogo, los videojuegos son una “reciente” forma de comunicación en la que profesionales como guionistas, músicos,

programadores, actores y de diversas ramas han decidido migrar debido a la forma de contar historias de estas nuevas tecnologías de la información y la comunicación.

- La experiencia de práctica se concluye como gratificante tanto en el ámbito profesional como personal.
- La fundamentación teórica de la presente sistematización de prácticas coincidió de forma parcial con los conocimientos adquiridos durante la carrera de Ciencias de la Comunicación y la práctica, debido a que esta experiencia internacional consistió en un acercamiento a la audio localización y doblaje para videojuegos, una industria actualmente inexistente en Guatemala; sin embargo esta permitió la integración de antiguos y nuevos conocimientos de distintas profesiones.

6.2 Recomendaciones

- Se recomienda a la empresa Localizadora Latam, S. C tomar en cuenta la implementación de un Departamento de Comunicación, con el fin de generar contenido multimedia propio para uso a nivel interno y externo.
- A la Universidad Rafael Landívar y al Departamento de Comunicación que exhorte y motive a los futuros estudiantes a emprender e incursionar en nuevas ramas que han surgida para la comunicación con los avances tecnológicos, aumentando así la competitividad y nivel de preparación del egresado landivariano.
- Se propone al Departamento de Ciencias de la Comunicación descartar la inducción e implementar en el pensum cursos relacionados al audio y microfonía, los que brindarán una ventaja y mayores herramientas para competir de forma superior ante comunicadores de otras universidades, ya que el aprendizaje de este tema a través de inducción es escaso en comparación al nivel de preparación que se requiere a nivel internacional.

- Se insta a los estudiantes landivarianos tanto de la carrera de Ciencias de la Comunicación como a los de las diferentes facultades que optan por realizar prácticas profesionales a que reiteren su compromiso ante la Universidad Rafael Landívar y los responsables de las entidades de trabajar de forma responsable, ética, moral y social para un crecimiento en su experiencia profesional y enriquecimiento personal.
- Se solicita a la Universidad Rafael Landívar continuar brindando la oportunidad a los futuros graduandos de realizar las prácticas profesionales en el extranjero, lo que brinda un mayor prestigio y una garantía para que la Carrera de Ciencias de la Comunicación continúe siendo acreditada a nivel internacional.
- Se propone al Departamento de Comunicación y al Departamento encargado de Becas e Intercambios de la universidad a mantener contacto y relaciones con la empresa Localizadora Latam S. C. para permitir la realización de prácticas profesionales a futuros estudiantes de la carrera de comunicación en sus instalaciones, facilitando el proceso de aceptación de prácticas.
- Se exhorta a la Universidad Rafael Landívar y al Departamento de Ciencias de Comunicación continuar formando profesionales comprometidos con su carrera, la sociedad y la universidad para enfrentar el campo laboral a nivel nacional e internacional. De lo contrario, la estudiante no hubiera sido capaz de culminar su experiencia de práctica de forma satisfactoria en una empresa extranjera privada y externa a los contactos de esta institución jesuita.
- Se recomienda a la Universidad Rafael Landívar y al Departamento de Ciencias de la Comunicación, evaluar la incorporación de un curso de doblaje dentro del pensum de estudios de la carrera de Ciencias de la Comunicación.

VII. BIBLIOGRAFÍA

- Alex CD (11 de abril 2014). ¿Cómo debe ser una buena traducción de videojuegos? Vida Extra. [Mensaje de Blog]. Recuperado de: <https://www.vidaextra.com/industria/como-debe-ser-una-buena-traducion-de-videojuegos>
- Alonso, A. (2011). *La Voz Humana*. España: Editorial Visión Libros. Recuperado de: https://books.google.com.mx/books?id=65NC6kj333wC&dq=el+aparato+fonador+voz+humana&source=gbs_navlinks_s
- Fernández, C., y Galguera, L. (2009). El Contexto Cultural (Capítulo 9). En *Teorías de la Comunicación* (1era Edición). México: MCGRAW-HILL INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V.
- Amodio, E., y Bethencourt, M. (coord.).(2006). *Cultura, comunicación y lenguajes*. Caracas, Venezuela: IESALC UNESCO y CAF
- Angosto, J. M. (2015). *Análisis de la localización de sitios web de servicios jurídicos*. (Tesis de Licenciatura en Traducción e Interpretación). Universidad de Valladolid. Recuperado de: <https://uvadoc.uva.es/bitstream/10324/13662/1/TFG-O%20569.pdf>
- Baptista, P. (2009). Medios de Comunicación (Capítulo 7). En Fernández, C., y Galguera, L. *Teorías de la Comunicación* (1era Edición). (pp.91-111). México: MCGRAW-HILL INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V.
- Bateman, C. (2012). Guionismo para Programación de Videojuegos. Recuperado de: https://books.google.com.mx/books?id=5YhrEHicSjcC&printsec=frontcover&hl=es&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false
- Boni, F. (2008). *Teorías de los medios de comunicación*. Primera edición. Universidad Autónoma de Barcelona. Traducción de Julia Climent

Briceño, L. (2010). *La escuela de Frankfurt y el concepto de industria cultural. Herramientas y claves de lectura*. Revista Venezolana de Economía y Ciencias Sociales, vol. 16, núm. (pp.55-71). Venezuela: Universidad Central de Venezuela. Recuperado de: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=17731133004>

Bustos, I. (2003). *LA VOZ: Le técnica y la expresión*. (1era Edición). Recuperado de: <https://books.google.com.mx/books?id=mbuMDivqv4QC&pg=PA103&dq=resonadores&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwikn9eS2bDWAhVM1oMKHc68DHkQ6AEILDAB#v=onepage&q=resonadores&f=false>

Caballero, C. (1994). *Cómo Educar la Voz Hablada y Cantada* (8va. edición). México: EDAMEX (Editores Asociados Mexicanos, S.A de c.v.) y Cristian Caballero.

Cámara, G. (2012). El Doblaje: Definitivamente sí. En Martínez, J. (Coord.). *Reflexiones sobre la traducción audiovisual: Tres espectros, tres momentos*. (pp. 41 y 42). Guada Impressors, S.L.: Universidad de Valencia

Castells, M. (2009). La Comunicación en la era digital. En *Comunicación y Poder*. (pp.87-187). Madrid: Alianza Editorial, S.A.

Castillo, O. (26 de mayo de 2017). Videojuegos: una gran apuesta. *El Universal*. Recuperado de: <http://www.eluniversal.com.mx/articulo/techbit/2017/05/26/videojuegos-una-gran-apuesta>

Castro, M. (2003). Música para todos: Una introducción al estudio de la música. Recuperado de: <https://books.google.com.mx/books?id=hA5YLhK3XEwC&pg=PA77&dq=aparato+resonador&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwj3JWm9bDWAhUJ5IMKHfcaCMkQ6AEIJzAA#v=onepage&q=dicci%C3%B3n&f=false>

Chandler, H., y O'Malley, S. (2005). *The Game Localization Handbook*. Second Edition. Jones & Bartlett Learning, LLC: Estados Unidos. Recuperado de: <https://books.google.com.mx/books?id=7pYY8wH0qtgC&lpg=PP1&hl=es&pg=PP4#v=onepage&q&f=false>

Córdova, J. (2013). *Introducción a la Comunicación. Guía Didáctica*. Universidad Técnica Particular de Loja. Recuperado de: <http://rsa.utpl.edu.ec/material/234/D13104.pdf>

Cruz, D., (s.f.). *La Voz y El Habla Principios de Educación y Reeducción*. Recuperado de: https://books.google.com.mx/books?id=TxLSMGTF6FsC&printsec=frontcover&source=gs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false

De León, V. (2009). *La Radio en Guatemala*. En Merayo, A., (Coord.). *La radio en Iberoamérica. Evolución, diagnóstico y prospectiva*. (pp. 223-233). España: Comunicación Social ediciones y publicaciones.

Díaz, A.Q. (2007). *El Texto Dramático y La Voz del Actor: Vínculos Históricos y Expresiones Contemporáneas*. Corporación Universitaria Unitec. Recuperado de: publicaciones.unitec.edu.co/ojs/index.php/VES/article/download/75/71

Dido, J.C, (1999) *Taller de periodismo. Propuesta didáctica para educación básica y media*. Noveduc Libros. Buenos Aires-México. Recuperado de: https://books.google.com.gt/books?id=ZsUl048IvYYC&pg=PA95&dq=funciones+de+la+radio&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwimoKf_563PAhXD8j4KHcyFDNwQ6AEINDAE#v=onepage&q=funciones%20de%20la%20radio&f=false

Doblajes.com (s.f). *Doblajes: ¿Qué es el doblaje?* [Internet]. Recuperado de: <http://www.doblajes.com/que-es-el-doblaje/>

Dominick, J. (2001). *La Dinámica de la Comunicación Masiva*. México D.F: McGraw-Hill 6ª ed.

El doblaje, labor complicada y entretenida (22 de enero de 2017). La Jornada. Periódico de la Ciudad de México [Internet]. Recuperado de: <http://www.jornada.unam.mx/ultimas/2017/01/22/el-doblaje-labor-complicada-y-entretendida>

Excelsior (12 de noviembre de 2016). México, país líder del arte del doblaje en América Latina. Recuperado de: <http://www.excelsior.com.mx/funcion/2016/11/12/1127851>

Fernández, J., Y Muñoz, A. (s.f.). *Materiales didácticos. Área de educación plástica y visual*. Primer ciclo. Educación secundaria obligatoria. Ministerio de Educación y Ciencia, Dirección General de Renovación Pedagógica

Freidenberg, F., (s.f.). Los medios de comunicación de masas: ¿También son actores? Recuperado de: <https://campus.usal.es/~dpublico/areacp/materiales/Mediosdecomunicacion.pdf>

Gamerdic. (17 de marzo de 2017). *Diccionario online de términos sobre videojuegos y cultura gamer*. Recuperado de: <http://www.gamerdic.es/termino/gamer>

García, N., (s.f.). Industrias culturales y globalización: Procesos de desarrollo e integración en América Latina. Recuperado de: www.revistaei.uchile.cl/index.php/REI/article/download/14982/15403

Gómez, M., (1998). *Diccionario Akal de Teatro*. Volumen 14. Ediciones AKAL. Impreso en Cofás, S.A. Móstoles: España. Recuperado de: https://books.google.com.mx/books?id=Gyvrmz5K2toC&printsec=frontcover&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false

Gómez, S. (2014). ¿Pueden los Videojuegos Cambiar el Mundo? Una introducción a los serious games. España: Unireditorial. Recuperado de: <https://books.google.com.mx/books?id=xJLmBgAAQBAJ&lpg=PP1&pg=PA6#v=onepage&q&f=false>

González, H. (2000). Veinticinco años de videojuegos en México. Las mercancías tecnoculturales y la globalización económica [Artículo]. *Comunicación y Sociedad* (pp.103-126). México: Universidad de Guadalajara. Recuperado de: http://www.publicaciones.cucsh.udg.mx/pperiod/comsoc/pdf/38_2000/103-126.pdf

Granell, X. (2012). La Traducción de Videojuegos: retos de una formación especializada. En Martí, J., y Muños, A., (Eds.). *Estudios de Traducción e Interpretación. Entornos de Especialidad. Vol. II.* (pp.25-34). Publicacions de la Universitat Jaume

Greenfield, P. (1999). *El niño y los medios de comunicación. Los efectos de la televisión, vídeo-juegos y ordenadores* (segunda edición). Ediciones Morata, S.L. : Madrid. Recuperado de: https://books.google.com.mx/books?id=fNEW5kbGuXgC&printsec=frontcover&source=gs_bse_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false

Grotowski, J. (2008). *Hacia un Teatro Pobre*. Siglo Veintiuno Editores, S.A de C.V: Ciudad de México. Recuperado de: <https://books.google.com.mx/books?id=358ATg5X14AC&pg=PA113&dq=musculos+de+la+respiraci%C3%B3n+teatro&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwjI-fjprLDWAhVk9YMKHftLByAQ6AEILjAB#v=snippet&q=respiraci%C3%B3n%20diafragma&f=false>

Gustems, J. (coord.). (2013). *Música y sonido en los audiovisuales* (eBook). Barcelona: Publicacions i Edicions de la Universitat Barcelona Adolf Florensa, s/n.

Hevia, C. (2012). La Localización de Videojuegos. El arte de traducir para entretener. En Martínez, J. (Coord.). *Reflexiones sobre la traducción audiovisual: Tres espectros, tres momentos*. (pp. 145-160). Universidad de Valencia: Guada Impressors, S. L. Recuperado de:

<https://books.google.com.mx/books?id=z7FsDQAAQBAJ&pg=PA145&dq=que+es+localizacion+de+videojuegos&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwi79Kncw57WAhVr04MKHSY2BTYQ6AEIKjAB#v=onepage&q=que%20es%20localizacion%20de%20videojuegos&f=false>

Instituto Cervantes (2017). El español: una lengua viva. Informe 2017. Recuperado de: https://cvc.cervantes.es/lengua/espanol_lengua_viva/pdf/espanol_lengua_viva_2017.pdf

Jerez, M. (s.f.). La Radiodifusión en Guatemala. Universidad Mariano Gálvez de Guatemala. Recuperado de: <http://studylib.es/doc/89390/la-radiodifusi%C3%B3n-en-guatemala>

López, J. (2005). *Manual Urgente para Radialistas Apasionados*. Ecuador. Recuperado de: https://radialistas.net/media/uploads/descargas/manual_urgente_radialistas_-_jose_ignacio_lopez_vigil.pdf

López, J. (21 de enero de 2016). México, cerca de perder ante Brasil el primer lugar en venta de videojuegos. *El Financiero*. Recuperado de: <http://www.elfinanciero.com.mx/tech/mexico-cerca-de-perder-ante-brasil-el-primer-lugar-en-ventas-de-videojuegos.html>

Maestri, G. (2006). *Digital Character Animation 3*. Estados Unidos: New Riders

Manrubia, A. M. (2014): El proceso productivo del videojuego: fases de producción. *Historia y Comunicación Social*. Vol. 19. Núm. Especial Marzo. (pp. 791-805).

Marín, V. (2004). Los videojuegos como medio de comunicación didáctica en el seno familiar. En *Comunicar* (pp.115-119).

Martí, J. (2010). Marketing y Videojuegos. Madrid: ESIC EDITORIAL. Recuperado de: https://books.google.com.gt/books?id=T0_IJ70AL4EC&lpg=PP1&pg=PA25#v=onepage&q&f=false

Méndez, R. (2015). La Localización como Factor Clave en el Proceso de Desarrollo de un Videojuego. Universidad de Alicante. DOI: <http://dx.doi.org/10.6035/2174-0992.2015.9.6>

Méndez, R. (2016). Localización y Cultura: Comprender los videojuegos como referentes culturales. (pp.741-759). Universidad de Vigo. Recuperado de: <http://www.entreculturas.uma.es/n7yn8pdf/articulo35.pdf>

Mendizábal, I. (2004). Máquinas de pensar videojuegos, representaciones y simulaciones de poder (Vol. 50 of Serie magíster). Ecuador: Editorial Abya Yala

Ministerio de Educación y Ciencia (2007). Ley Orgánica de Educación, Enseñanzas Mínimas de Bachillerato. Recuperado de: <https://books.google.com.mx/books?id=M4H4DNVExesC&pg=PA120&dq=que+es+el+arte+teatral+o+escenico&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwi17Nn5pv3UAhWDJCYKHVtFDGUQ6AEIQzAG#v=onepage&q=que%20es%20el%20arte%20teatral%20o%20escenico&f=false>

Montoya, A. (17 de mayo de 2015). Especial de doblaje 2015 @AlvaroCueva #AltaDefinicion 16-05-2015 [Archivo de video]. Recuperado de: <https://youtu.be/aoLgnqk25m8>

Muñoz, I., Díez, S., e Izquierdo, J. (s.f.). Talleres de Teatro en Educación Secundaria: Una experiencia lúdica. Respiración, Relajación y Vocalización. Narcea S.A De Ediciones: España. Recuperado de: <https://books.google.com.mx/books?id=S7EgHkCZxVYC&pg=PA34&dq=respiraci%C3%B3n+diafragm%C3%A1tica&hl=es->

419&sa=X&ved=0ahUKEwjv4fuPlbDWAhUq9IMKHdpRAhcQ6AEIOjAD#v=onepage&q=respiraci%C3%B3n%20diafragm%C3%A1tica&f=false

Nájar, S. (s.f.). El Doblaje de Voz Orígenes, personajes y empresas en México. Recuperado de: <https://www.yumpu.com/es/document/view/14680158/el-doblaje-de-voz-origenes-personajes-y-empresas-salvador-najar>

Nieto, S. Heredia, Y. Cannon, B. (2014). Xbox360-kinect: Herramienta tecnológica aplicada para el desarrollo de habilidades matemáticas básicas, en alumnos de segundo grado de Educación Básica en México. México. Revista Latinoamericana de Tecnología Educativa. Vol. 13.

Organización de las Naciones Unidas para la Educación, Ciencia y la Cultura y Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo. (2014). Informe sobre la Economía Creativa. Edición Especial 2013. México: Offset Santiago

Pablo (10 de junio de 2010). La Entonación de las Frases en el Teatro. [Mensaje de Blog]. Recuperado de: <http://teatropuro.blogspot.mx/2010/03/la-entonacion-de-las-frases-en-el.html>

Pérez, L. M. (2010). La localización de Videojuegos (Inglés-Español): Aspectos técnicos, metodológicos y profesionales. (Tesis doctoral). Universidad de Málaga, España.

Piñango, M.M. (2009). El lenguaje: de la mente a la sociedad (Capítulo 10). En Fernández, C., y Galguera, L. *Teorías de la Comunicación* (1era Edición). (pp.148-157). México: McGraw-Hill Interamericana Editores, S.A. DE C.V.

Ramírez, G. (2012). Beneficios que obtienen los radioescuchas del programa Luz Verde o El Supermercadón que trasmite Radio Estrella, 89.3 FM. (Tesis de Licenciatura). Universidad de San Carlos de Guatemala.

Ramírez, R., (Director) y Reyes, K. (Productora Ejecutiva). Canal de Youtube: Montoya, A., (2016, octubre 3). #AltaDefinicion por @AlvaroCueva Especial de Doblaje 2016. [Archivo de Video]. México. Tv Azteca: adn 40. Recuperado de: <https://www.youtube.com/watch?v=hk1mAfuv8oI>

Raquel (12 de febrero de 2013). Localización: Conceptos Básicos. Este no es otro blog de traducción [Mensaje de Blog]. Recuperado de: <http://estenoestroblogdetraduccion.blogspot.mx/2013/02/localizacion-conceptos-basicos.html>

Real Academia Española (s.f.). Jugabilidad. En *Diccionario de la lengua española*. (23.^a edición). Recuperado de: <http://dle.rae.es/?id=MaawoiZ>

Rivera, A. (2014). Grábate Esto, Teoría y Conceptos para Ingenieros de Grabación. Recuperado de: https://books.google.com.gt/books?id=iqJWDQAAQBAJ&printsec=frontcover&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=true

Scholand, M. (octubre 2002). Localización de Videojuegos. *Revista Tradumática* [Internet]. Recuperado de: <http://www.fti.uab.es/tradumatica/revista/articles/mscholand/mscholand.PDF>

Stanislavskiï, K. (1980). *El Arte Escénico*. Siglo Veintiuno editores. (Decimoctava edición en español). Recuperado de: https://books.google.com.mx/books?id=O3tQ-BtgHdgC&printsec=frontcover&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false

Stanislavskiï, K. (2011). *La construcción del personaje*. (B. Fernández, Trans.). Madrid: Alianza Editorial. (Trabajo original publicado en 1975).

Stanislavskiï, K. (2015). El Trabajo del Actor Sobre Sí Mismo en El Proceso Creador de la Encarnación. Recuperado de: https://books.google.com.mx/books?id=UoYdBgAAQBAJ&printsec=frontcover&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false

The Point (18 de agosto de 2016). La Industria de Videojuegos de América Latina pasa por un buen momento. [Revista en Línea]. La Revista Online de Marketing. Recuperado de: <http://thepoint.com.mx/www/2016/08/18/la-industria-videojuegos-america-latina-pasa-buen-momento/#sthash.cWaloepX.dpbs>

Torres S. C. (2014). Videojuegos y localización: Análisis de la industria en Japón y España. (Tesis de maestría). Universidad de Salamanca, España.

Translateyourlife (8 de septiembre de 2012). Localización. [Mensaje de Blog]. Recuperado de: <https://translateyourlife.wordpress.com/tag/gilt/>

Tulon, C. (2000). LA VOZ: Técnica Vocal para la Rehabilitación de la voz en las disfonías funcionales. Barcelona: Editorial Paidotribo. Recuperado de: https://books.google.com.mx/books?id=IAk22faBXIoC&printsec=frontcover&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false

Uribe, E., Espinosa, H. y Roncallo, S. (2017). Videojuegos. Contraflujos y Mercados Emergentes. En Boczkowski, P. y Mitchelstein, E. (Ed.) *Titulares, Hashtag y Videojuegos: La comunicación en en la Era Digital*. (pp. 205-218). Buenos Aires: Ediciones Manantial. Recuperado de: https://books.google.com.mx/books?id=LeeTDgAAQBAJ&dq=traduccion+en+videojuegos&source=gbs_navlinks_s

Vanguardiamx (12 de junio de 2015). Industria de los Videojuegos vs Industria Cinematográfica. [Revista en Línea]. Recuperado de:

http://www.vanguardia.com.mx/industriadelosvideojuegosvsindustriacinematografica-2339230.html#disqus_thread

Vargas, A. (s.f.). Impostación de la voz. Recuperado de:
<https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/5409481.pdf>

Vázquez, D. (6 de enero de 2007). El Actor - Artista. Palabras de González Caballero. [Mensaje de Blog]. Recuperado de:<https://es.scribd.com/doc/73374422/El-METODO-DE-ACTUACION-DE-GONZALEZ-CABALLERO>

Zanardelli, C. (26 de enero de 2015). Primeros pasos en el mundo de la localización. [Mensaje de Blog]. Recuperado de: <https://20000lenguas.com/2015/01/26/primeros-pasos-en-el-mundo-de-la-localizacion/>

Zuñiga, E. (19 de mayo de 2017). Videojuegos en México: un mercado de más de 22,000 mdp. *Forbes México*. Recuperado de: <https://www.forbes.com.mx/videojuegos-mexico-mercado-mas-22000-mdp>

GLOSARIO

- 1. Cinematic:** La escena cinemática es la “Escena animada donde el jugador no tiene control de la acción. Generalmente se usan planos y escenas propias del cine y sirve para narrar la historia y poner al jugador al tanto de los eventos que hayan sucedido antes o los que vayan a suceder próximamente, o bien para poner énfasis en momentos importantes del juego. Pueden ser pre renderizadas, es decir, generadas previamente por ordenador e incluídas en el juego a modo de vídeo, con lo que cuentan con una calidad gráfica superior al juego, o bien generadas en tiempo real con el propio motor gráfico del juego, con lo que se ven exactamente igual que cuando se tiene control de la acción. También se conocen como CGI o cinemática, a secas” (Gamerdic, 2017).

- 2. Foley:** “Técnica de crear efectos de sonido grabando el movimiento humano en sincronía con el video. Las personas que se dedican a esto se conocen como *Foley Artists*, o artistas de Foley” (Rivera, 2014).

“aquellos sonidos grabados en estudio directamente a partir del visionado de la imagen (movimientos, pisadas y efectos específicos). Reciben este nombre en homenaje a Jack Foley, creador de innovadoras técnicas en la producción de efectos de sonido utilizados en el cine. Los efectos de sala o Foley y los doblajes o grabaciones ADR se deben realizar en la medida de lo posible, en un entorno acústico similar al de la escena original. Si esto no fuera posible, las grabaciones han de tener una calidad que intente recrear la acústica apropiada” (Gustems, 2013, p. 126).

- 3. Gamer:** “Del inglés **gamer** (jugador de videojuegos). Jugador de videojuegos. Aunque nominalmente incluye a cualquier tipo de jugador, el término **gamer** se utiliza habitualmente como sinónimo de **hardcore gamer**” (Gamerdic, 2017).

- 4. Jugabilidad:** Facilidad de uso que un juego, especialmente un videojuego, ofrece a sus usuarios. (Real Academia Española, s.f., 23.^a edición). Según Martí (2010) la jugabilidad

permite desarrollar y evaluar el producto final desde la perspectiva del jugador, entre los tipos de jugabilidad que existen se encuentra:

- **Jugabilidad Funcional:** Se relaciona a los mecanismos de control como las teclas o el joystick por el cual el jugador interactúa con el videojuego
- **Jugabilidad Estructural:** Es la estética del videojuego y las reglas.
- **Jugabilidad Audiovisual:** Se relaciona con el nivel de realismo, el punto de vista del jugador en primera, segunda o tercera persona, es toda la parte visual y sonora que da credibilidad al videojuego y mejora la experiencia del usuario.
- **Jugabilidad Social:** Se relaciona con los aspectos socioculturales y comunicativos de un videojuego como

5. Joystick: “Del inglés **joy stick** (palanca de juego). Dispositivo de control que permite al jugador interactuar con el juego. Con forma de palanca, incorpora un botón a modo de gatillo en la parte posterior y botones de acción en diversos puntos, para ser accionados por la misma mano que controla la palanca o por la otra. Durante años fueron un estándar para el control de videojuegos, pero con el tiempo han quedado relegados al uso específico para juegos de simulación de vuelo, por su parecido con las palancas de control de aviación” (Gamerdic, 2017).

6. Loop: “Es una medida que tenemos en doblaje, siempre será la menor medida. Equivale a 25 palabras, 15 segundos o lo primero que suceda” L. Arjona (Comunicación personal, 29 de agosto, 2017).

“ Un loop en doblaje se refiere a un tramo de una película, caricatura, anime o telenovela a ser doblado. Su duración puede tener a lo sumo veinte segundos. Cada loop tarda,

teóricamente, tres minutos para ser grabado. Luego, en cada hora de grabación, pueden ser grabados, en media, veinte loops” (<http://es.doblaje.wikia.com/wiki/Loop>).

7. **Lipsync:** “Lip Sync implica mover los labios para avanzar en la pista de audio leyendo la pista de audio un fotograma a la vez y luego animando la boca del personaje para que hable al ritmo de la pista. Si bien puede parecer fácil, la tarea real de crear una sincronización de labios convincente es un arte; no solo la boca del personaje tiene que coincidir con el diálogo, sino que también debe ser fluido y sin fisuras. El éxito requiere práctica y experiencia” (Maestri, 2006, p.12, Traducción propia).
8. **Startalents:** “Es un término usado comúnmente en la industria del doblaje que hace referencia a una persona ajena o exterior a la actuación de voz, generalmente del medio artístico que presta su voz para realizar un doblaje, principalmente para publicitar la producción en cuestión. Especialmente personas candidatas elegidas para interpretar roles” (<http://es.doblaje.wikia.com/wiki/Startalent>).
9. **Take:** “En doblaje se considera take o fragmento a una parte extraída del guion literario la cual es entregada al actor de doblaje para que memorice y entienda el contexto en la cual está por actuar. Este método es la vía más factible de sincronización, pues se subdivide el guion para centrarse en un fragmento. Además que el take es la unidad de trabajo y de paga de un actor de voz. El take es la unidad resultante del pautado del guion, que consiste en una distribución reglamentaria de líneas. Un take tiene ocho líneas en algunos casos 5” (<http://www.doblajes.com/info/que-es-un-take/>).
10. **Retake:** “En el proceso de doblaje y más propiamente en la presentación del trabajo al cliente suele haber errores, falta de calidad vocal, o la traducción textual no convence; la voz entonces se vuelve a grabar a esto se le llama retake” (<http://www.doblajes.com/info/que-es-un-take/>).

ANEXOS

Anexo 1: Carta de Compromiso



CARTA DE COMPROMISO PARA REALIZACIÓN DE PRÁCTICA SUPERVISADA DE ESTUDIANTES DE LA LICENCIATURA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

En la Ciudad de Guatemala, a los 30 días del mes de mayo del año dos mil diecisiete, nosotros: en nombre del Departamento de Ciencias de la Comunicación de la Facultad de Humanidades de la **Universidad Rafael Landívar -URL- y Lola MX**, firmamos esta Carta de Compromiso para desarrollar un proceso conjunto de formación de estudiantes de la licenciatura en Ciencias de la Comunicación.

El objetivo de la Práctica Supervisada es que la estudiante interrelacione los aspectos teóricos aprendidos durante la carrera con la experiencia práctica, insertándose en un ambiente análogo al campo laboral de la comunicación, en condiciones similares a los del grupo de personas que ya están trabajando en la entidad.

El período de práctica consta de **450 horas** que deberá cubrirse en jornada a tiempo completo (8 horas diarias, 40 a la semana). La contabilización de horas deberá iniciar el **5 de junio** y culminar el **29 de agosto** del año en curso o hasta haberse cumplido la totalidad de horas antes indicadas.

De acuerdo con estas primeras disposiciones, las partes proceden a comprometerse de buena voluntad en los siguientes puntos:

En representación de la **Lola MX**, yo, **Luis Daniel Ramírez**, me comprometo a:

Primero: proporcionar un espacio a la estudiante **Carol Susana Alfaro Trigueros**, carné **1056113** con las condiciones laborales adecuadas para que el proceso de aprendizaje sea lo más óptimo posible, considerando que la practicante desarrollará su trabajo como si fuera una colaboradora más.

Segundo: ser el canal de comunicación con la estudiante-practicante, o bien, designar a **Sergio Madrigal**, como intermediario para el efecto.

Tercero: garantizar la supervisión y el acompañamiento de todo el proceso de práctica, lo que implica ofrecer tiempo para supervisar y enseñar a la practicante, actividad que puede ser desarrollada por la persona responsable designada anteriormente, quien deberá mantenerme informado de los avances y/o dificultades que se registren.

Cuarto: a no propiciar que la estudiante-practicante realice trabajos o labores que no sean atingentes a la comunicación o relacionados con su carrera profesional.

Quinto: brindar la correspondiente retroalimentación que requiera la URL, así como firmar los formatos de control de asistencia semanal de la practicante o, bien, delegar esa función en la persona designada.

Sexto: brindar un informe final de la estudiante-practicante, de carácter confidencial, lo más apegado a la realidad de la práctica y a la ética profesional.

Séptimo: no otorgar ningún pago a la practicante por la labor desempeñada en la institución que represento.

En base a estos puntos la Mgtr. Miriam Madrid, en calidad de Directora del Departamento de Ciencias de la Comunicación, se compromete a:

Primero: velar porque se cumplan los objetivos de esta formación complementaria, en el marco del curso Práctica Supervisada.

Segundo: designar a un docente para que realice un monitoreo semanal del cumplimiento del plan de trabajo propuesto y evaluar en forma constante el ejercicio de la práctica profesional. Asimismo será quien deberá velar porque la estudiante-practicante realice un trabajo de calidad, apegado a la ética y cumpliendo las normas de la entidad.

Tercero: delegar a la Coordinadora de Práctica Supervisada, Licda. Myriam Chicas para acompañar el proceso de supervisión cuando este se trate de aspectos administrativos o de asuntos susceptibles relacionados a la experiencia.

Por tanto, yo, **Carol Susana Alfaro Trigueros, carné 1056113**, estudiante de quinto año de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación de la Universidad Rafael Landívar, me comprometo a:

Primero: cumplir todas las normativas, sugerencias y observaciones que reciba de la Coordinadora de Práctica Supervisada, de los Docentes del curso, así como los responsables en la entidad que me brinda la oportunidad de realizar la Práctica Profesional.

Segundo: cumplir con los horarios establecidos, trabajar con responsabilidad ética, moral y social, así como velar por mi seguridad personal, no cometiendo actos temerarios o imprudencias de ningún tipo.

Tercero: acatar las indicaciones que me brinden los responsables de la entidad, en la medida que estos me permitan crecer en experiencia profesional y se conviertan en un enriquecimiento personal.

Cuarto: Dar lo mejor de mis capacidades creativas; actuando con seriedad y fundamentando todo mi desempeño, en los conocimientos que he adquirido en la carrera de Ciencias de la Comunicación.

Lic. Luis Daniel Ramírez

Director Área Artística

Lola MX

Dr. Juan Francisco Romero M.

Docente

Mgtr. Miriam Madrid

Directora

Depto. de Ciencias de la Comunicación

Carol Susana Alfaro Trigueros

Estudiante Carné 1056113

La presente carta compromiso, no constituye un documento de carácter legal, sino un acuerdo de buena voluntad entre las partes.

Anexo 2: Plan de Prácticas



Departamento de Ciencias de la Comunicación
Facultad de Humanidades
Universidad Rafael Landívar

PLAN DE PRÁCTICA

DATOS DEL ESTUDIANTE

Nombre del estudiante: Carol Susana Alfaro Trigueros		
Carnet: 1056113	email: carol1294@gmail.com	Celular: 49944076
Fecha de inicio y culminación de la práctica: 5 de junio al 29 de agosto del 2017		

DATOS DE LA ORGANIZACIÓN

Nombre de la organización: Localizadora Latam (Lola Mx)		
Dirección física: Torrente #73 Col. Las Águilas 01710. México, D.F		
Sitio web: http://lolamx.com/es/		
Nombre de la persona responsable: Luis Daniel Ramírez		
Cargo: Director de Área Artística		
email: danielr@lolamx.com	Tel 1: + 52 1 55 3899 1468	Tel 2: + 52 1 55 9183 4571

DATOS DEL JEFE INMEDIATO

Nombre: Sergio Madrigal Bustamante		
Cargo: Gerente de Producción y Project Manager		
email: sergiom@lolamx.com	Tel 1: +52 1 55 6395 1849	Tel 2: + 52 1 55 9183 4571

OTRA INFORMACIÓN RELEVANTE

Lola Mx posee un convenio con una escuela de música por lo que aceptan practicantes, principalmente las personas que laboran son egresadas de la carrera de ingeniería en sonido, quienes se dedican al doblaje estudian actuación especializados en doblaje, esta es la primera ocasión en la que la empresa acepta a una practicante de una carrera diferente como la de comunicación y de otro país, el programa que se utiliza para la edición y grabación de proyectos es Pro Tools.

Todos los actores y colaboradores deben firmar un contrato de confidencialidad, por motivos de confidencialidad cada videojuego o proyecto se maneja bajo un pseudónimo, principalmente frente a los clientes o actores ajenos a determinada producción para evitar filtraciones de contenido o de proyectos.

De junio a septiembre es la temporada con mayor trabajo en el estudio de Lola, ya que los videojuegos más importantes tienen sus lanzamientos mundiales de agosto a noviembre.

El nombre original de Lola Mx es Localizadora Latam, pero uno de sus fundadores, Luis Daniel Ramírez, decidió acortarlo a un nombre que fuera fácil de recordar.

CONTEXTO DE LA ORGANIZACIÓN

Lola es una empresa dedicada a la industria de audio, se realiza diseño de sonido, se producen soundtracks originales, grabación de foley, traducciones y adaptaciones del inglés a un español neutro para toda latinoamérica, a lo que ellos llaman audio localización, se caracterizan principalmente por producir trabajo de calidad para el habla hispana en la industria de los videojuegos y ofrecen el servicio completo en pre, pro y post producción.

Uno de los mayores retos que afronta esta empresa es que en la industria del doblaje de videojuegos a diferencia del doblaje de películas o cortometrajes es que al momento de su realización, se carece de imágenes para adaptar los diálogos al videojuego, la grabación al español se monta sobre el audio en inglés dependiendo cada formato.

Una de las principales características sobre la cultura empresarial de Lola Mx es la pasión por su trabajo, la entrega de cada colaborador, la calidad, su compromiso y antes que las aptitudes la actitud es fundamental, su fin es orientar a los clientes en el diseño y localización de audio para cada producto o marca de una forma creativa y profesional con una atención personalizada, por ello la cantidad de estudios de grabación y colaboradores no es tan extensa, Lola Mx también cuenta con presencia en España, Brasil, Japón, etc.

DESCRIPCIÓN GENERAL DE LA LABOR DEL ESTUDIANTE

Se apoyará al departamento de producción, aunque no se poseen departamentos de comunicación, se realizará la función como productora de contenido multimedia; principalmente se estará presente en las grabaciones, los castings de actores, se apoyará en la toma de fotografías, grabación y edición de videos para los clientes. Adicional, la practicante deberá apoyar en la creación de material audiovisual para uso interno y externo de la empresa.

DESCRIPCIÓN ESPECÍFICA DE FUNCIONES

1. Generar contenido multimedia para las redes sociales, página web y uso interno de la empresa.
2. Diagnosticar el funcionamiento y la optimización de la página de internet de la empresa.
3. Compilar material fotográfico y audiovisual de los actores para los clientes de la empresa.
4. Efectuar la grabación de locuciones para pruebas de sonido requeridas.
5. Asistir a reuniones, conferencias, grabaciones requeridas por la empresa Localizadora Latam, S. C.

APRENDIZAJE A OBTENER A TRAVÉS DE LA EXPERIENCIA

Conocimiento en una industria actualmente inexistente en Guatemala que es el mundo del doblaje de series, películas y videojuegos para el habla hispana, así como adquirir una mayor capacidad del trabajo bajo presión para clientes con lineamientos que exigen estándares de calidad para su reproducción a nivel internacional en la adaptación del idioma español, trabajo en equipo, perfeccionamiento en tema de grabación y edición de audio.

HORARIOS

10:00 – 19:00 hrs (Sujeto a cambios dependiendo del trabajo diario).

CRONOGRAMA

	Lunes 05 junio	Martes 06 junio	Miércoles 07 junio	Jueves 08 junio	Viernes 09 junio
Semana 1	10-19:30 hrs Inducción en los procesos y presentación de la empresa. Apoyo en grabación para pruebas de sonido cliente "Walrus"	10-14 hrs Grabación actores de doblaje. Entrega de proyecto "DLC1" 15 -19:30 hrs Práctica en Edición de diálogos de doblaje en protools.	Inducción sobre las funciones como asistente de producción al gestionar proyectos con los clientes y los colaboradores de la empresa.	10 – 19 hrs Edición de proyecto completo de doblaje en protools.	10-19 hrs Apoyo en redacción y organización del archivo con contratos de confidencialidad y de reconocimiento de actores y colaboradores.

	Lunes 12 junio	Martes 13 junio	Miércoles 14 junio	Jueves 15 junio	Viernes 16 junio
Semana 2	10 – 14 hrs Grabación en estudio "B" con elenco del proyecto "Walrus" y "S2" 15-17 hrs Edición de grabaciones del estudio "B".	10- 13:30 Grabación en estudio "B" del proyecto "S2" y "Walrus". 16- 18 hrs Grabación en estudio "B" del proyecto "S2" y "Walrus".	10 – 12:30 Grabación con actor para proyecto "S2" 12:30 – 1:30 Entrevista para un canal de TV mexicana.	10 – 12:30 Grabación y edición de los proyectos "S2" y "Walrus"	10 – 19 hrs Envío de material

Anexo 3: Informe de Prácticas 1



INFORME SEMANAL DE PRÁCTICA SUPERVISADA

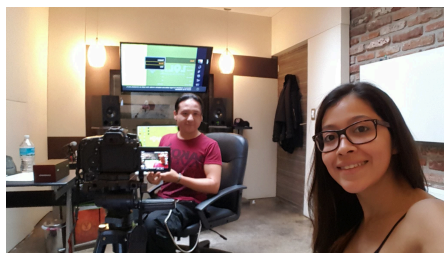
Estudiante: Carol Susana Alfaro Trigueros			Carnet: 1056113	
Organización: Lola Mx				
Sección: 02		Profesor: Juan Francisco Romero		
Semana del 26	Al 30	De junio	del 2017	Tutor responsable: Sergio Madrigal Gerente de Producción
Área o departamento: Producción				

Debido al tema de producción para un video de la empresa, esta semana logré aportar más a Lola Mx, aplicar los conocimientos adquiridos durante la carrera y explotar mi creatividad al máximo; la realización de este material audiovisual fue un proyecto por iniciativa personal; tras analizar la procedencia de



los videos que se encuentran en la página web de esta empresa, pude detectar que ambos videos contaban con una excelente producción, sin embargo, el tema central y la realización de estos se enfocaban en los videojuegos de la compañía desarrolladora y distribuidora de videojuegos, Ubisoft, principalmente esta empresa tenía como objetivo mostrar el trabajo de los actores de doblaje que participaron para el videojuego Assassin's Creed y Far Cry, disponibles para las plataformas de PlayStation, Xbox, Nintendo DS, Windows, Wii, IOS, Android, etc. Mi propuesta consiste en realizar un material audiovisual reciente de la empresa y que logre destacar la esencia de lo que aquí se realiza, en este lugar los actores de doblaje únicamente asisten por llamado, la empresa se dedica principalmente al diseño de audio, los colaboradores son músicos, ingenieros en audio, etc. Únicamente el director de área artística de esta empresa es un actor de doblaje, además la producción de estos videos no son de pertenencia propia,

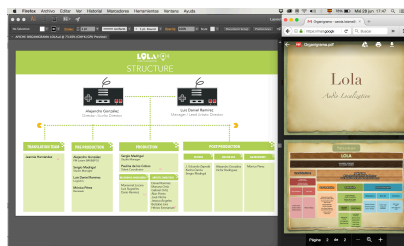
sino pertenecen a Ubisoft y su última actualización fue en el año 2015, por ello consideré conveniente en esta oportunidad, mostrar por primera vez lo que pasa detrás, el trabajo que realizan los ingenieros para que el actor de doblaje destaque; en esta industria el trabajo en equipo y todos los factores son importantes, ninguno es menos esencial que otro y se requiere el trabajo en conjunto, además es importante destacar que Lola Mx es una empresa reciente y su característica principal es el doblaje al español de videojuegos de talla internacional debido a la calidad de su trabajo y su tiempo de entrega.



Producir y dirigir con total libertad me ha permitido involucrarme cada día más a la empresa, me ha permitido impartir parte de mi conocimiento en el tema visual, por lo que se han mostrado muy complacidos, únicamente algunos de los trabajadores en esta empresa han tenido la oportunidad de hablar acerca de su trabajo frente a

cámara, usualmente los videos se centran en el trabajo de los actores de doblaje, mi trabajo como comunicadora es documentar la parte de la magia que pocos conocen, el Director de Área Artística de la empresa, Luis Daniel Ramírez, tuvo un mayor acercamiento e interés por entender mis conocimientos de comunicación, él aportó al brindarme herramientas necesarias para la realización de este video como el uso de luces, un trípode y el espacio con total libertad.

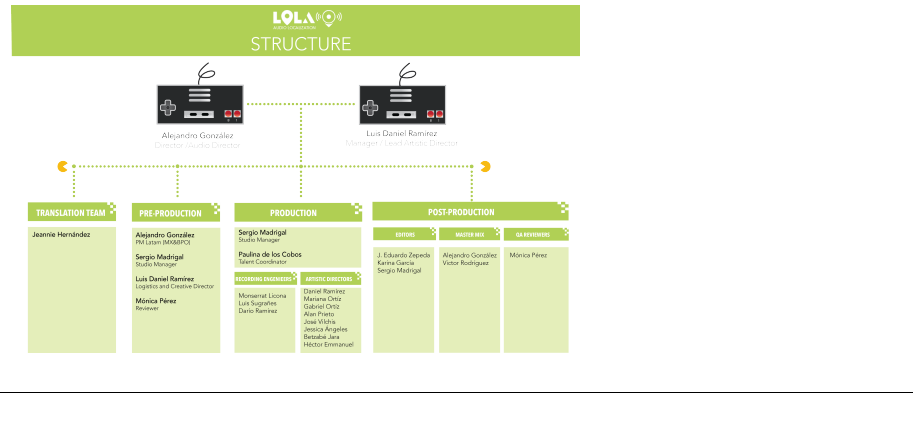
Además de esto, durante la semana tuve la oportunidad de realizar un organigrama de la empresa, lo que me permitió demostrar mi conocimiento en diagramación y manejo en programas de diseño como Adobe Illustrator, Adobe Photoshop, After Effects, entre otros, así como pude utilizar mi creatividad en la



realización del mismo, los integrantes de la empresa contaban con un organigrama desactualizado y con un diseño que no representaba la cultura y vida de la empresa, algo relacionado a los videojuegos, el doblaje o el arte de producir música, etc. En cuestión del diseño ninguno de los directores solicitó cambio alguno, únicamente en cuestión de estructura y nombre de puestos, etc. Constantemente el equipo de la



empresa me felicita por contar con la iniciativa y deseo de realizar las cosas y aportar algo útil para la empresa. Cada uno de los integrantes se muestra dispuesto a participar en las entrevistas y aportarme nuevos conocimientos para grabación y edición de audio.



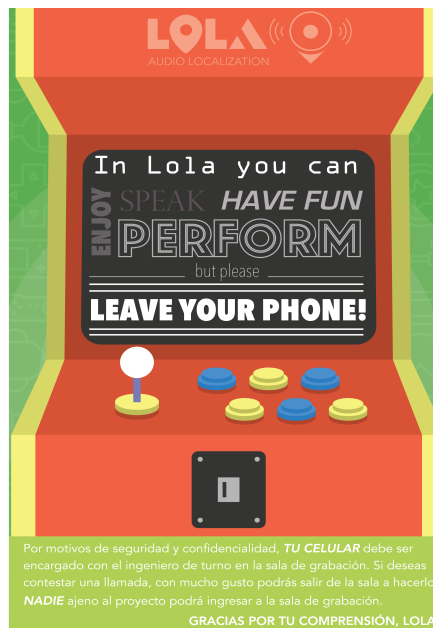
Anexo 4: Informe de Prácticas 2



INFORME SEMANAL DE PRÁCTICA SUPERVISADA

Estudiante: Carol Susana Alfaro Trigueros		Carnet: 1056113
Organización: Lola Mx		
Sección: 02	Profesor: Juan Francisco Romero	
Semana del 24	Al 28	De julio del 2017
Área o departamento: Producción		Tutor responsable: Sergio Madrigal Gerente de Producción

Durante la octava semana de labores en Lola Mx, se optó por diseñar y diagramar material interno, se propuso un diseño innovador y llamativo dirigido, principalmente para los actores que ingresan a las cabinas, con la muestra del diseño, los directivos expresaron su agradecimiento por tomar la iniciativa de realizar un diseño atractivo, anteriormente la empresa contaba con esta clase de anuncios escritos en una página sencilla, tras comprender la cultura empresarial de Lola e identificar que el tema central son los videojuegos, se optó por integrar elementos de comunicación con dicho enfoque, posteriormente Sergio Madrigal y Alejandro González solicitaron apoyo en el diseño de un croquis, elemento solicitado por la Secretaría del Trabajo y



Previsión Social de México, el objetivo es cumplir con las condiciones de seguridad, prevención y protección en el trabajo, al realizar esta clase de trabajos, los directores de la empresa solicitaron más diseños relacionados a este tema, evitando una carga de trabajo y una inversión de tiempo para



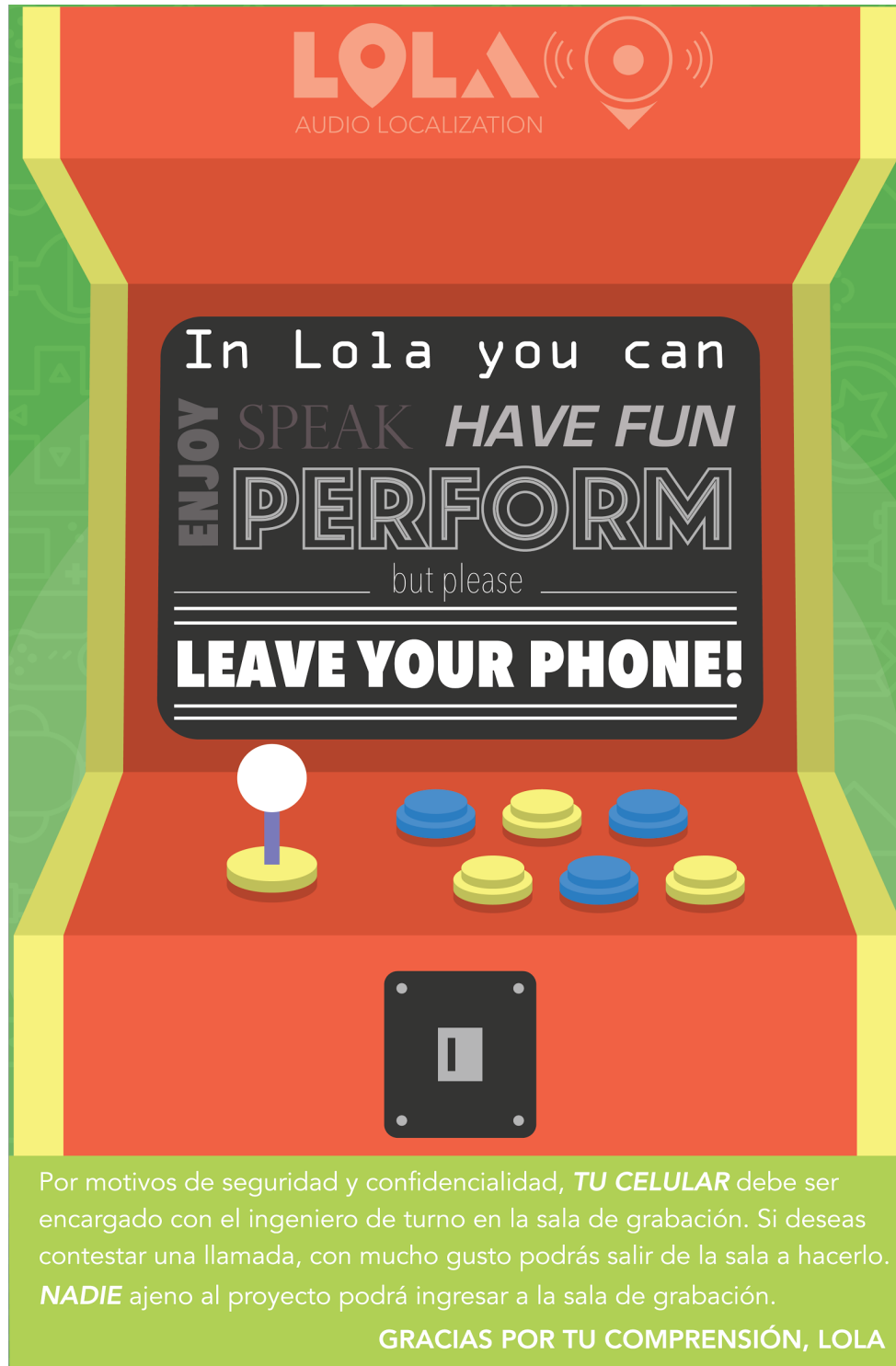
los ingenieros de audio y editores, quienes al no contar con el apoyo de un diseñador, deben realizar esta clase de tareas con programas de diseño o edición con los cuales no se encuentran familiarizados, por ello se evidencia que la presencia de un comunicador dentro de cualquier empresa podría ser de gran beneficio si los conocimientos adquiridos durante los años de carrera son implementados con seriedad y profesionalismo.

Una vez terminado el trabajo de diseño gráfico y diagramación para la empresa, se apoyó en la organización del archivo, debido a que los trabajos de administración de papelería resultan tediosos para los ingenieros en audio, estos tienden a realizarlas con menor proactividad, utilizando mayor tiempo, por ello se apoyó en organizar los contratos de confidencialidad y de reconocimiento que cada uno de los actores que asiste a Lola, debe firmar, tras culminar dicha tarea en pocas horas, se destinó el resto del tiempo a la edición del video solicitado por el Director Artístico Luis Daniel Ramírez, aunque él es la única persona en la empresa que domina temas de producción audiovisual, debido a su carga de trabajos y su función dentro de Lola Mx, no le es posible realizar estas tareas por falta de tiempo.

Anexo 5: Carta de Agradecimiento



ANEXO GRÁFICO



Diagramación de material para uso interno. Elaboración Propia, diseño original de freepik.com



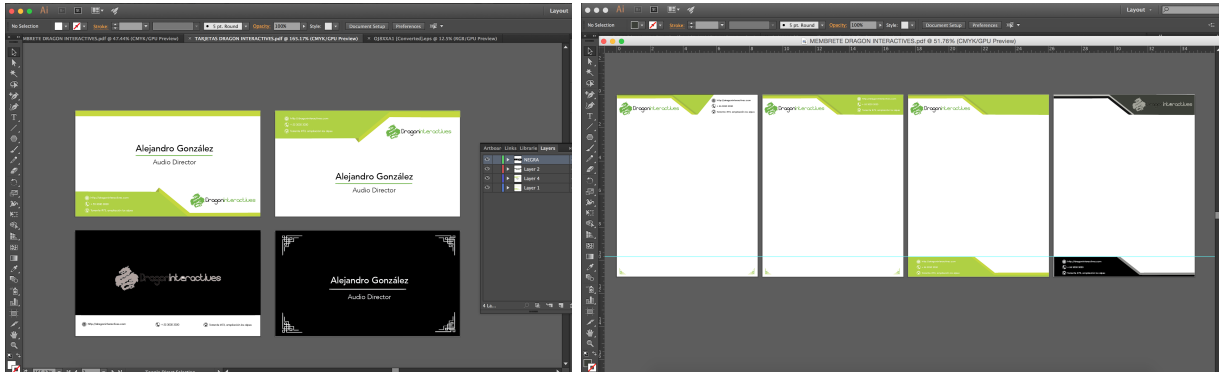
Diseño de ícono para software interno. Elaboración Propia.



Diagramación de material para uso interno. Elaboración Propia, diseño original de freepik.com



Diagramación de material para uso interno. Elaboración Propia, diseño original de freepik.com



Captura de Pantalla. Diseño de hojas membretadas y tarjetas de presentación. Elaboración Propia.



Diagramación de material para uso interno. Diseño original de freepik.com

GUIÓN CÁPSULAS

INVITADOS: Mariana Ortiz, Ricardo Méndez y Gabriel Ortiz

IMAGEN	SONIDO	MA	RI	GA
Cortinilla Serie: Game of Thrones: Season 2- The Rains of Castamere Escrita por George R. R. Martin	AUDIO 01			
Película: Mulán (1991) Tema: Hombres De Acción – Christian Castro (Versión latina) (I'll Make A Man Out Of You).	AUDIO 02			
Mansión Foster para Amigos Imaginarios- Escrita por James L. Venable	AUDIO 03			
Guardianes de la Galaxya- Guardians Infermo escrita por James Gunn	AUDIO 04			
Videojuego: Mortal Kombat 1992 desarrollado por Midway para Arcade	AUDIO 05			

HARRY POTTER- DRESS ROB

Ron

Time in: 01:15:00:00 Maldición, ¡Maldición! ¿Qué es esto? ¿Por
Time out: 01:15:36:13 qué a mí?

Time in: 01:15:47:16
Time out: 01:15:55:25 ¿Qué es eso? ¿Qué traes puesto?

Harry

Time in: 01:15:56:13 Mi traje de gala ¿por qué?
Time out: 01:15:59:28

Ron

Time in: 01:16:00:13 ¿Por qué luce genial? Sin encajes ni ridículas
Time out: 01:16:13:18 mangas.

Harry

Time in: 01:16:15:09 Bueno Ron, pero el tuyo es más tradicional
Time out: 01:16:21:21

Ron Weasley

¿Tradicional? Es arcáico y Luzco como mi tía
Time in: 01:16:21:12 Tessie y apesto como mi tía Tessie. Mátame
Time out: 01:17:11:20 Harry.

GUIÓN BORRADOR CONFERENCIA TIJUANA

TOUYA	<p>-Sino te apresuras, no llegarás a tiempo,</p> <p>-La Gamacón solo es este 19 y 20 de agosto en World Trade Center de Tijuana</p>
NÚMERO 2	<p>¡AAAH!</p> <p>Falta un poco para la expo de videojuegos más importante de Tijuana...</p> <p>Videojuegos, anime, cosplay... necesito autógrafos o mi vida</p>
RON	<p>-¿Qué pasa sino llegamos a tiempo a la Gamecón?</p> <p>-¡No! Agh! Solo de pensarlo me duele el estómago, es una convención única Harry</p>
PETER PARKER	<p>-Me quedé dormido</p> <p>-Se llegó el día</p> <p>-Tío Ben, conseguiré autógrafo de los actores de doblaje</p>
ED	<p>¡HOLA!, Ni modo, me voy a tener que bañar.</p> <p>Estaré guapote para la Gamecón</p> <p>LO QUE PASA EN TIJUANA SE QUEDA EN TIJUANA</p> <ul style="list-style-type: none"> - ¿Qué más iba a decir? ¡Ah, sí! - Yo estaré presente el 19 de agosto, no lo olvides