

Treball de fi de grau

Títol

El reposicionament de la imatge dels videojocs en la societat: el cas de la Wii de Nintendo

Autor/a

Joan Vilatuba Ruiz

Tutor/a

Juan José Perona Páez

Departament	Departament de Publicitat, Relacions Públiques i Comunicació Audiovisual
Grau	Publicitat i Relacions Públiques
Tipus de TFG	Recerca
Data	02/06/2015

Full resum del TFG

Títol del Treball Fi de Grau:

Català:

El reposicionament de la imatge dels videojocs en la societat: el cas de la Wii de Nintendo

Castellà:

El reposicionamiento de la imagen de los videojuegos en la sociedad: el caso de la Wii de Nintendo

Anglès:

The repositioning of videogame's image in the society: Nintendo's Wii case

Autor/a:

Joan Vilatuba Ruiz

Tutor/a:

Juan José Perona Páez

Curs:

2015/15

Grau:

Publicitat i Relacions Públiques

Paraules clau (mínim 3)

Català:

Reposicionament, videojocs, societat, Nintendo, Wii, publicitat, consola

Castellà:

Reposicionamiento, videojuegos, sociedad, Nintendo, Wii, publicidad, consola

Anglès:

Repositioning, videogames, society, Nintendo, Wii, advertising, console

Resum del Treball Fi de Grau (extensió màxima 100 paraules)

Català:

Els últims anys, la indústria dels videojocs ha crescut molt i ha esdevingut en una part del nostre dia a dia. Un dels factors que van propiciar aquest fet va ser la consola Wii de Nintendo. Wii va aconseguir ampliar el mercat dels videojocs i arribar a tot tipus de públics. En aquesta investigació es vol detallar les claus del èxit de la Wii, si la publicitat va tenir un paper rellevant i el llegat que ha deixat la consola en la història dels videojocs.

Castellà:

En los últimos años, la industria de los videojuegos ha crecido mucho y se ha convertido en parte de nuestro día a día. Uno de los factores que propició este hecho fue la consola Wii de Nintendo. Wii consiguió expandir el mercado de los videojuegos y llegar a todo tipos de públicos. En esta investigación se quiere detallar las claves del éxito de Wii, si la publicidad tuvo un papel relevante y el legado que deja la consola en la historia del sector.

Anglès:

These recent years, videogame's industry has grown very much and become part of our everyday life. Nintendo's Wii was one of the factors that helped the videogame market to expand and reach new consumers. This research wants to explain Nintendo's Wii keys of success, if advertising had an important role and what kind of legacy does Wii has left behind.

Compromís d'obra original*

L'ESTUDIANT QUE PRESENTA AQUEST TREBALL DECLARA QUE:

1. Aquest treball és original i no està plagiat, en part o totalment
2. Les fonts han estat convenientment citades i referenciades
3. Aquest treball no s'ha presentat prèviament a aquesta Universitat o d'altres

I perquè així consti, afegeix a aquesta plana el seu nom i cognoms i el signa:

Joan Vilatuba Ruiz

***Aquest full s'ha d'imprimir i lliurar en mà al tutor abans la presentació oral**

ABSTRACT

La industria del videojuego ha crecido enormemente a lo largo de la última década, hasta el punto de que sus productos, que en un principio solo los disfrutaba una pequeña parte de la población y parecía que estaban destinados a un target muy específico, ahora son conocidos por una amplia mayoría que, además, los ha integrado en su dieta mediática y los consume con cierta asiduidad. Es evidente que una de las causas que explican este cambio de percepción de los videojuegos por parte de la sociedad se debe al desarrollo tecnológico y a su inmersión en un mundo cada vez más digitalizado, pero en la historia de los videojuegos ha habido igualmente varios hechos que han provocado su creciente popularidad entre la población. En este sentido, uno de los puntos más relevantes para entender el éxito de los videojuegos y las consolas entre todo el mundo fue la Wii de Nintendo, lanzada en 2006.

Este trabajo tiene como principal objetivo, precisamente, descubrir las claves del éxito de la Wii: cómo hizo esta consola para conseguir que mucha gente se sintiera atraída por los videojuegos cuando nunca lo había hecho antes. Se pretende, en última instancia, descubrir qué características presentaba la Wii para lograr ese reposicionamiento de la imagen de los videojuegos en la sociedad actual.

Para ello, este estudio analizará la evolución y el impacto que en la sociedad ha tenido el sector de los videojuegos en general: sus orígenes, la expansión de su popularidad, las polémicas y las controversias surgidas, sus efectos positivos y el cambio de posicionamiento que ha experimentado a lo largo de su historia. También se adentrará en la compañía Nintendo, responsable de Wii: qué es, a qué se dedica, su historia, su aportación al sector y las grandes figuras y personajes que han hecho de esta empresa la más importante del mundo dentro del sector de los videojuegos. Además, se profundizará en las campañas de comunicación de todas sus consolas para tener antecedentes y observar su trayectoria publicitaria.

El trabajo se centrará igualmente en el estudio, a fondo, de las características tanto de hardware como de software de la Wii mediante DAFO, así como de las 4p del marketing mix, para explicar el éxito de Wii. Se hará una revisión y explicación de los acciones de comunicación que Nintendo llevó a cabo para promocionar Wii.

Todo ello se completa con la visión sobre Wii de 4 expertos en el tema, pero que proceden de diferentes ámbitos. Así, en este trabajo se cuenta con la opinión de Nicolás Wegnez, director de Marketing de Nintendo Ibérica; Javier Abad, director de la revista sobre videojuegos "Hobby Consolas"; Miguel De Aguilera, profesor de la Universidad de Málaga y catedrático de Comunicación Audiovisual, experto en videojuegos, y Laura Martín; responsable de La Vostra Llar, centro de ancianos donde se usa Wii como método terapéutico.

Para concluir, se incorporan como anexos las entrevistas transcritas y una completa galería de imágenes para visualizar los elementos claves descritos en la investigación desarrollada.

ÍNDICE

1.	Introducción y objetivos.....	1
2.	Marco teórico.....	5
	2.1 El sector de los videojuegos: historia, evolución y contexto actual.....	5
	2.1.1 Inicios del sector.....	5
	2.1.2 Expansión de la popularidad (años 90).....	9
	2.1.3 Era contemporánea (década de los 2000).....	11
	2.1.4 Situación actual.....	13
	2.2. Nintendo.....	16
	2.2.1 Inicios.....	17
	2.2.2 Introducción al ocio electrónico.....	17
	2.2.3 Nintendo: dominadora del mercado del videojuego.....	18
	2.2.4 Época dorada de los videojuegos.....	19
	2.2.5 Nuevo milenio.....	21
	2.2.6 La revolución de DS y Wii.....	21
	2.2.7 Situación actual: de vuelta al 3D y Wii U.....	22
	2.3 Wii.....	25
	2.3.1 Historia y juegos relevantes.....	25
	2.4 Otros casos de fenómenos sociales con videojuegos.....	28
	2.5 Tabla cronológica de la historia de los videojuegos.....	31
3.	Antecedentes. Campañas previas de Nintendo.....	36
	3.1 You're Playing With Power: la primera campaña de Nintendo.....	36
	3.2 El fracaso de Virtual Boy.....	38
	3.3 Play It Loud!: irreverente y desenfadada.....	39
	3.4 Get N Or Get Out y Get Into It: publicidad cada vez más madura.....	40
	3.5 Gamecube y GBA: comunicación más integrada.....	42
	3.6 Nintendo DS: la pantalla táctil y los famosos.....	44
	3.7 El éxito de 3DS y los errores de Wii U.....	47
	3.8 Nintendo: finales 2014 – principios 2015.....	50
4.	Análisis de la campaña de comunicación y de marketing de Wii.....	52
5.	Claves del éxito de la Wii.....	61
6.	Entrevista a Nicolás Wegnez, Director de Marketing de Nintendo Ibérica.....	63
7.	Entrevista a Javier Abad, Director de la revista Hobby Consolas.....	65
8.	Entrevista a Miguel de Aguilera Moyano, Catedrático de Comunicación Audiovisual y Publicidad por la Universidad de Málaga.....	66

9.	Entrevista a Laura Martín, educadora social en la residencia de ancianos "La Vostra Llar"	68
10.	Conclusiones finales.....	70
11.	Referencias.....	72
	11.1 Páginas web.....	72
	11.2 Publicaciones.....	87
12.	Anexos.....	88
	12.1 Entrevistas transcritas.....	88
	12.2 Galería de imágenes.....	97

1. INTRODUCCIÓN Y OBJETIVOS

Los videojuegos. Para unos considerados un verdadero arte, merecedor de estar en la excelsa lista de artes donde se encuentran la pintura, la literatura y la escultura (entre otras). Para otros no son más que un simple entretenimiento para niños.

Sea como sea, la sociedad de hoy no se entiende sin la era digital y los videojuegos interpretan un papel muy importante en ella. Ya hace tiempo que los videojuegos han dejado de ser un mero divertimento esporádico y ha pasado a ser un verdadero fenómeno de masas que mueve mucha gente (y mucho dinero).

En mi caso personal, he crecido con los videojuegos y me han proporcionado horas y horas de diversión (tanto solo como con amigos) y una inagotable fuente de imaginación con sus historias y personajes. Hoy día aún me siguen fascinando y guardo grandes recuerdos y nostalgia de todos aquellos juegos que disfruté de pequeño.

Actualmente, los videojuegos son una industria ya estable y socialmente aceptada en los países del primer mundo. Pero no siempre ha sido así. De hecho, desde hace relativamente poco que es así. Ha habido una serie de factores y casos que han moldeado la industria a tal y como la conocemos y uno de ellos fue la consola Wii de la veterana compañía de videojuegos Nintendo. A fecha de 2015, la consola Wii ya se dejó de fabricar y ya forma parte de la historia del sector, pero su impacto tanto en la industria como en la sociedad sigue aún vigente.

¿Qué fue la Wii? ¿Cuáles fueron las claves de su éxito mundial? ¿La campaña de marketing a nivel global tuvo que ver con su éxito? ¿Qué repercusiones sociales ha tenido esta consola? Como estudiante de publicidad y relaciones públicas como amante de los videojuegos, son preguntas que siempre me han llamado la atención. A través de la investigación y la recopilación de información quiero descubrir cómo una consola llamada Wii cambió para siempre la percepción que tenía la sociedad ante los videojuegos y cómo una consola consiguió reunir a padres, hijos y abuelos enfrente una tele para echar unas partidas, algo nunca visto antes.

¿Qué los videojuegos es mero entretenimiento? Quizás, pero para mí fueron las mejores horas de entretenimiento digital de mi vida.

Desde el análisis y la investigación se quiere responder a una serie de preguntas y cumplir unos objetivos que conciernen al éxito de la Wii y la repercusión que tuvo en la sociedad.

1. ¿Cuál es la situación actual de los videojuegos en la sociedad de hoy en día?
2. ¿Cuál fue el alcance del éxito de la Wii de Nintendo? ¿El marketing y la comunicación fueron determinantes?
3. ¿Cuáles fueron las claves de la campaña de comunicación mundial que Nintendo hizo para promocionar la Wii?
4. ¿Qué repercusiones ha tenido Wii en el sector de los videojuegos? ¿Qué aportó Wii que hizo cambiar la manera de percibir los videojuegos que se tenía hasta ese entonces?
5. ¿Qué opinan los diferentes sectores de la sociedad (académica, sanitaria, profesional...) respecto a la Wii y su repercusión?

En resumen, este trabajo pretende analizar, diagnosticar y detallar el papel que tuvo la consola Wii de Nintendo en el proceso de reposicionar la imagen del sector de los videojuegos en la sociedad, donde se pasó de un sector sólo para jóvenes "frikis" a un sector familiar y para todo el mundo. Todo este proceso será desde un punto de vista publicitario y de marketing.

Con el fin de explicar el porqué la Wii de Nintendo triunfó tanto, se llevará a cabo un extenso marco teórico donde se abordarán los estudios y los datos ya existentes sobre el sector de los videojuegos (desde sus inicios hasta el 2015); sobre la historia y trayectoria de la empresa Nintendo y sobre las características técnicas y funcionamiento de la consola Wii. Todo este proceso seguirá una profunda investigación de fuentes secundarias tanto internas (datos y estadísticas de ventas, historia oficial, catálogo de juegos...) como externas (noticias y críticas en prensa especializada, artículos en prensa generalista, estudios previos...)

Posteriormente, se analizarán las campañas que la empresa realizó para apoyar a la consola Wii y descubrir qué tenía la consola (tecnológicamente inferior a su competencia PS3 y Xbox 360) para conseguir el éxito que alcanzó.

En un primer lugar, se verán los antecedentes de la empresa en cuanto a su comunicación, para comparar después con la comunicación que realizó para la Wii.

Este análisis provendrá del visionado y estudio de las piezas publicitarias (en cualquier soporte) que Nintendo ejecutó a nivel global, pero con especial atención a las piezas que se proyectaron en España. En el análisis, se tendrá en cuenta el target proyectado presente en las piezas, el mensaje que transmiten, el tono de la comunicación (si es un tono serio, humorístico, emocional...) y la estrategia creativa en general (si usaron una estrategia comparativa, promocional, posicionamiento, etc...).

A partir de este análisis, se extraerán las claves que favorecieron a que la campaña de Wii fuera todo un éxito y que consiguiera las ventas y el impacto social que alcanzó.

Esta investigación también quiere realizar una serie de entrevistas para completar el trabajo y tener una visión global sobre el impacto real que tuvo la Wii en diferentes terrenos de la sociedad y obtener opiniones sobre ella.

En el ámbito del marketing, se hará una entrevista a Nicolás Wegnez, director de Marketing de Nintendo Ibérica actual y también durante el ciclo de vida Wii. En la entrevista se querrá descubrir qué hizo Nintendo España para promocionar la Wii y qué impresión tiene sobre la repercusión que tuvo en toda la sociedad española.

En el ámbito profesional de los videojuegos, se realizará una entrevista a Javier Abad, actual director de "Hobby Consolas", la revista impresa sobre videojuegos más vendida de España. Se ha elegido esta revista de videojuegos porque ha sido la más vendida de España en el último período de febrero a noviembre del 2014 con 275.000 lectores¹ y porque lleva desde 1984² publicando en España, estando presente en nuestro país desde los primeros inicios de los videojuegos. Con esta entrevista se quiere saber desde un punto de vista profesional qué impacto tuvo la Wii según él y qué experiencias ha tenido jugando con la consola.

En el terreno académico, se entrevistará a Miguel de Aguilera Moyano, Catedrático de Comunicación Audiovisual y Publicidad en la Universidad de Málaga. Miguel de Aguilera también

¹ AIMC: Resumen General de resultados EGM de Febrero a Noviembre 2014, Madrid, 2014. <http://www.aimc.es/-Datos-EGM-Resumen-General-.html> Fecha de la consulta: 29/01/2015

² HOBBY CONSOLAS: Quienes somos. <http://www.hobbyconsolas.com/quienes-somos> Fecha de la consulta: 29/01/2015

es reconocido por haber escrito tesis sobre videojuegos y entretenimiento digital³. Por esa razón, se considera que su opinión que tiene sobre la Wii será de gran valor para esta investigación.

Finalmente, en el campo más social, se llevará a cabo una entrevista a Laura Martín, educadora social y responsable de actividades en la residencia de ancianos "La Vostra Llar", situada en el barrio del Guinardó de Barcelona. Fueron pioneros en introducir la Wii en residencias de la tercera edad para fines de entretenimiento y salud⁴. Se preguntará sobre por qué se decidió usar la Wii como método de rehabilitación y qué resultados han obtenido.

Para concluir, en el apartado de anexos hay una completa galería de imágenes, fotos e ilustraciones sobre los diferentes elementos que van a ir apareciendo a lo largo de la investigación. Serán imágenes sobre personalidades, juegos y consolas que hayan marcado el transcurso del sector de los videojuegos y que van a ayudar a visualizar y comprender gráficamente el trabajo escrito.

3 PROFESORADO DE LA UNIVERSIDAD DE MÁLAGA: Resumen curricular de Miguel de Aguilera Moyano. http://www.cavypub.uma.es/detalle_profesor.php?profesor=1 Fecha de la consulta: 29/01/2015

4 DIARIO DE EMPRENEDORES (2014). La Vostra Llar crea la "Wii Terapia", un tratamiento para la rehabilitación de las personas mayores. <http://diariodeemprenedores.com/emprenedores-emprender/la-vostra-llar-crea-la-wii-terapia.html> Fecha de la consulta: 30/01/2015

2. MARCO TEÓRICO

2.1 El sector de los videojuegos: historia, evolución y contexto actual

2.1.1 Inicios del sector

Años 40 - 50

Los inicios de los videojuegos se remontan a finales de la Segunda Guerra Mundial. Hasta la década de los 50, los "videojuegos" que había eran pruebas puramente experimentales por parte de científicos para desarrollar inteligencia artificial.

A partir de los años 50, es cuando varios científicos y físicos empezaron a mostrar un interés mayor hacia el uso de la inteligencia artificial para el entretenimiento. En el año 1951 y en 1952, aparecieron dos experimentos que se pueden catalogar como una versión inicial de los videojuegos.

Primero apareció "*Programming a Computer for Playing Chess*"⁵ de Claude Shannon y D.G. Champernowne (y la colaboración de Alan Turing). La tesis y patente sobre el juego la hicieron en 1950, pero no fue hasta en 1952 que no se puso a prueba los códigos y algoritmos en la flamante primera computadora electrónica comercial llamada Ferranti Mark I. Al no disponer de gráficos, no se puede llamar como videojuego, pero su incidencia fue vital.

También fue clave la invención del juego "*Nimrod*"⁶ por parte de John Bennett, (empleado de Ferranti) en el año 1951. Al no tener pantalla, no se le considera un videojuego como tal, pero fue la primera computadora diseñada específicamente para jugar a un juego. El juego consistía en una réplica electrónica del juego antiguo y milenario de la China llamado "Nim".

A partir de estos antecedentes, ya estaba todo preparado para que diera lugar los que son considerados los primeros videojuegos. El primero de ellos fue en 1952 llamado "*OXO (Tic-Tac-Toe)*"⁷

5 SHANNON, C. (1950) Philosophical Magazine: Programming a Computer for Playing Chess. Estados Unidos. http://www.computerhistory.org/chess/full_record.php?iid=doc-431614f453dde Fecha de la consulta: 04/02/2015

6 BAKER, C. (2010). Nimrod, the World's First Gaming Computer. 6 de febrero. <http://www.wired.com/2010/06/replay/> Fecha de la consulta: 04/02/2015

7 RETROINFORMÁTICA. Historia de los videojuegos. Barcelona, UPC. <http://www.fib.upc.edu/retro-informatica/historia/videojocs.html> Fecha de la consulta: 04/02/2015

desarrollado por Alexander Douglas. "OXO" era una versión del tres en raya de siempre, pero el jugador debía enfrentarse a la máquina EDSAC. Aunque no tuvo mucho impacto más allá que en lo académico, se puede ya considerar como videojuego al ser el primero que usó una pantalla gráfica digital. También tenía la capacidad de almacenar datos y se jugaba con un mando específico.

El otro videojuego clave en la historia es "*Tennis for Two*"⁸ creado en 1958 por William Higinbotham, físico estadounidense. "*Tennis for Two*" simulaba un partido de tenis a través de un osciloscopio⁹ donde dos jugadores humanos podían competir por primera vez. Para ver el videojuego en funcionamiento, hay el enlace a un vídeo en el pie de página¹⁰.

Años 60

Estos dos videojuegos fueron los pioneros, pero a lo largo de la década de los 60 aparecieron juegos que fueron moldeando el camino a un éxito que estaba aún por venir. Uno de esos juegos fue "*Spacewars!*"¹¹ (1962), el primer juego desarrollado específicamente para ordenador, en el cual dos jugadores controlan cada uno una nave espacial donde se tienen que destruir el uno al otro mediante láseres y aprovechando la fuerza gravitatoria del espacio.

En los años venideros se desarrollaron juegos de deportes, de estrategia bélica, matemáticas...

Años 70

La década de los 70 se considera la eclosión de los videojuegos. Hasta ahora habíamos visto juegos, pero todos tenían un enfoque experimental con un impacto reducido al ámbito académico y científico. Es en esta década donde se empezaron a comercializar los primeros videojuegos y las primeras consolas al gran público.

En 1972 se lanzó al mercado la primera consola de la historia llamada Magnavox Odyssey¹².

8 HIPERTEXTUAL (2011). Tennis for Two, uno de los primeros videojuegos de la historia. <http://hipertextual.com/2011/07/tennis-for-two-uno-de-los-primeros-videojuegos-de-la-historia> Fecha de la consulta: 04/02/2015

9 ELECTRONICA FÁCIL. El osciloscopio. <http://www.electronicafacil.net/tutoriales/Uso-del-osciloscopio.php> Fecha de la consulta: 04/02/2015

10 YOUTUBE. Canal: "William Hunter". Video: "The Original Videogame" (10/09/2007) https://www.youtube.com/watch?v=6PG2mdU_i8k#t=28 Fecha de la consulta: 04/02/2015

11 IBÁÑEZ, A (2014). Ya se puede volver a jugar a 'Spacewar', tal vez el videojuego más antiguo del mundo. 1 de mayo. <http://www.rtve.es/noticias/20140501/ya-se-puede-volver-jugar-spacewar-tal-vez-videojuego-mas-antiguo-del-mundo/931060.shtml> Fecha de la consulta: 04/02/2015

12 HIPERTEXTUAL (2011). Magnavox Odyssey, la primera videoconsola de la historia. <http://hipertextual.com/2011/08/magnavox-odyssey-primera-videoconsola> Fecha de la consulta: 04/02/2015

Ralph H. Baer, trabajador de la empresa Sanders Associates, estaba entusiasmado con "*Spacewars!*" y decidió crear un prototipo de sistema de entretenimiento que se podía conectar con la televisión para poder jugar en el salón de casa. Ralph fue dando forma al proyecto hasta culminar con la creación y comercialización de la máquina a principios de 1972.

La consola vendió unas 130.000 unidades a 100 dólares la unidad y, a pesar de graves errores de comunicación y limitaciones técnicas, tuvo un éxito que incitó a otras empresas a mirar con interés el mundo del entretenimiento electrónico. Este éxito hizo que en años posteriores Ralph Baer fuera apodado como "padre de los videojuegos".

Paralelamente, en 1972 un joven estudiante de Silicon Valley llamado Nolan Bushnell fundó la empresa Atari a causa de su gran pasión por los videojuegos de la época. Atari se convirtió la primera empresa de videojuegos de la historia. A partir de ahí y juntamente con el ingeniero Al Alcorn, crearon el primer juego que marcó un verdadero hito en la historia de la industria: "*PONG*"¹³ (1972).

El juego, sucesor espiritual de "*Tennis for Two*", consistía en un simulador de ping-pong y era muy adictivo. Primero fabricaron la máquina recreativa PONG, que fue distribuida por todos los salones recreativos del país, obteniendo un éxito descomunal. Después, apoyados por este éxito, empezaron a desarrollar avances tecnológicos como la fabricación de microprocesadores y chips de memoria, logrando que en 1975 lanzaran la versión doméstica de PONG para poderlo disfrutar en casa.

También tuvo un éxito sin precedentes, ya que solo en navidades del 75 vendió 150.000 unidades.

Fue pasando el tiempo y Magnavox y sobre todo Atari y sus juegos (con "*PONG*" a la cabeza) dieron un impulso definitivo a la industria de los videojuegos que llegaría a todos los rincones de Estados Unidos y otros lugares del primer mundo como Japón, con la creación de empresas como Taito y su juego "*Space Invaders*" (1978) o Namco.

En 1977, se lanzó la Atari 2600¹⁴ la consola que desbancaría a Magnavox gracias a su tecnología

13 DISCOVERY CHANNEL. (2004). La Historia de los Videojuegos. <https://www.youtube.com/watch?v=GQAZIG1mEX0> Fecha de la consulta: 04/02/2015

14 PUNTO DE PARTIDA. La máquina del tiempo: Atari 2600. <http://www.puntodepartida.com/retroinformatica/maquinadel tiempo/atari2600.php> Fecha de la consulta: 04/02/2015

más avanzada y revolucionaria, mando con joystick, más cantidad de juegos en cartuchos (como "Asteroids" o "Pitfall"), juegos a color y más modos de juego. Una consola que vendió millones. A finales de los 70, la industria de los videojuegos amasó hasta 1,88 billones de dólares (con la inflación del valor del dólar actual se traduce en 6 billones de dólares)¹⁵.

Años 80

Los años 80 fue una década clave en el porvenir de los videojuegos. Magnavox ya estaba fuera del mapa y Atari, después de haber sido comprada por Warner y su fundador Nolan despedido, tomó una serie de graves e incomprensibles errores comerciales que condenaron a la compañía. Uno de los puntos negros de la industria es el juego de "E.T. el extraterrestre"¹⁶ (1982) para Atari 2600, que fue un fracaso absoluto y considerado el peor juego de toda la historia. Además, surgieron multitud de consolas clon que provocaron una situación de saturación extrema en el mercado que acabó en "La Crisis de 1983"¹⁷ y duró hasta 1985.

Para comprender numéricamente esta crisis, un año antes el mercado de los videojuegos se valoraba en 17,7 billones de dólares (42,1 billones de dólares con la inflación actual). En 1983 el mercado sufrió esta depresión donde la valoración cayó en 11,6 billones, una bajada de casi el 35%¹⁵.

Esta depresión que afectó de manera importante al mercado de Estados Unidos, pareció no llegar a Japón, donde el sector gozaba de gran salud gracias al "boom" de las máquinas recreativas y la creación de empresas como Taito ("*Space Invaders*"), Namco y su legendario juego "*PacMan*" (1980), Sega y la incursión de Nintendo.

Y es así como el centro mundial de los videojuegos pasó de California a Japón, donde jóvenes creativos y empresarios le dieron un nuevo empujón a la industria. Aparte de los ya mencionados "*Space Invaders*" y "*PacMan*" (o comecocos) que fueron un éxito mundial a gran escala, también triunfó un arcade llamado "*Donkey Kong*" (1981), una recreativa creada por Shigeru Miyamoto, creativo de Nintendo.

Los siguientes años de la década de los 80 fueron dominados por Nintendo, gracias a la revolu-

15 VIDEOGAME SALES. Videogame industry. http://vgsales.wikia.com/wiki/Video_game_industry#cite_note-cpi_inflation-92
Fecha de la consulta: 09/02/2015

16 PORTALTIC. La increíble historia de ET, el videojuego que hundió a Atari antes de ser enterrado. <http://www.europapress.es/portaltic/sector/noticia-increible-historia-et-videojuego-hundio-atari-antes-ser-enterrado-20140427163754.html> Fecha de la consulta: 04/02/2015

17 LAMBIE, R (2013). The 1983 videogame crash: what went wrong, and could it happen again? <http://www.denofgeek.com/games/24531/the-1983-videogame-crash-what-went-wrong-and-could-it-happen-again> Fecha de la consulta: 04/02/2015

cionaria y original consola NES (1983 en Japón y 1985 en EEUU) y la GameBoy, la primera consola portátil de la historia (1989)¹⁸. Además estas dos consolas fueron acompañadas por juegos que hoy en día representan obras maestras y vitales para entender la industria de los videojuegos como "*Tetris*" (1984), "*Super Mario Bros*" (1985), "*The Legend Of Zelda*" (1987), "*Final Fantasy*" (1987)... y muchos más.

2.1.2 Expansión de la popularidad (años 90)¹⁹

En 1990 el mercado de los videojuegos se valoraba en 17,9 billones de dólares (31,4 billones de dólares con la inflación actual), de los cuales 13 billones (un 90%)²⁰ pertenecían a Nintendo, gracias a la NES y a la GameBoy. El resto del mercado se lo repartían las máquinas arcade y recreativas. Nintendo era la compañía hegemónica absoluta. En 1990, para afianzar ese poderío, Nintendo sacó la sucesora de NES, la SNES, que se convirtió en todo un referente en tecnología, y un catálogo de juegos que a día de hoy se considera como el mejor de la historia.

Pero esta hegemonía fue menguando poco a poco a causa de la irrupción de la compañía japonesa Sega, que en 1985 ya intentó competir con NES con la Master System (vendió 13 millones de unidades en todo el mundo, frente a las 62 de la NES), pero donde más competencia dio Sega fue con su consola llamada Mega Drive en Japón (1988) o Sega Genesis en Estados Unidos y Europa (1989), la primera consola de 16 bits de la historia.

La competencia entre Nintendo y Sega, con la SNES y la Mega Drive respectivamente, ocasionó lo que se recuerda una rivalidad jamás vista en el mercado del ocio digital y esa rivalidad causó el inicio de la época dorada de los videojuegos²¹. A principios de los 90, se vieron los mejores juegos de Nintendo, con "*Super Mario World*" (1990) y "*The Legend of Zelda: A Link to the Past*" (1991) a la cabeza, mientras Sega con su mascota "*Sonic The Hedgehog*" (1991) tuvo mucha popularidad y plantó cara a Mario, sobre todo en América.

Entre 1990 y 1995, se lanzaron juegos de grandísima calidad, además de una positiva variedad

18 THE STRONG, NATIONAL MUSEUM OF PLAY (New York). Web oficial. <http://www.museumofplay.org/icheg-game-history/timeline/> Fecha de la consulta: 04/02/2015

19 BLOG EL OTRO LADO: Historia de la videojuegos, década de los 90. http://www.elotrolado.net/wiki/Historia_de_los_videojuegos:_D%C3%A9cada_de_los_90#1990:_Comienza_una_gran_rivalidad Fecha de la consulta: 09/02/2015

20 VIDEOGAME SALES. Videogame industry. http://vgsales.wikia.com/wiki/Video_game_industry#cite_note-cpi_inflation-92 Fecha de la consulta: 09/02/2015

21 BBC (2014). Sega v Nintendo: Sonic, Mario and the 1990's console war. <http://www.bbc.com/news/technology-27373587> Fecha de la consulta: 09/02/2015

de géneros, aparición de estudios emblemáticos y las primeras polémicas, como por ejemplo, la violencia en "*Mortal Kombat*" (1992) o en "*Doom*" (1993) en un sector que en ese momento aún se consideraba para niños. En esos años, la todopoderosa compañía de electrónica Sony preparaba el terreno para el lanzamiento de su propia consola, que se llamaría PlayStation.

En 1994 Sega se adelantó a toda su competencia y sacó la primera consola de 32 bits, la Sega Saturn. Pero las prisas de comercializar la consola, dejar de lado a la Mega Drive repentinamente, más una serie de errores comerciales condenaron prematuramente esta consola. Esto, unido a la irrupción espectacular de PlayStation (finales de 1994) con una mayor potencia, mejores gráficos 3D y un catálogo envidiable hizo que Sega entrara en crisis. En 1996, con la llegada de la Nintendo 64 (con 64 bits de potencia), agravó la situación de Sega. En 1997 solo tenía el 12% del mercado, mientras Sony y Nintendo tenían un 47 y 40 % respectivamente²².

A medianos de los 90 y finales, se inició la fase de transición entre los gráficos 2D a los 3D, logrando grandes logros en la historia de los videojuegos y unos juegos que estarían situados en el Olimpo de esta industria como "*Super Mario 64*" (1996), "*Resident Evil*" (1996), "*Tomb Raider*" (1996), "*Final Fantasy VII*" (1997), "*Tekken 3*" (1997), "*The Legend of Zelda: Ocarina of Time*" (1998), "*Metal Gear Solid*" (1998)... pero también grandes fracasos como la consola 3D Virtual Boy de Nintendo (1995), Sega Nomad (1995), el chasco de la consola de Apple (1995)...

En 1998 comenzó el inicio del fin de Sega, cuando sacaría su última consola, la Dreamcast. Sega hizo un último esfuerzo con esta consola y fue la primera en tener 128 bits, un portento gráfico para su época. Pero el fracaso de los años anteriores y la dura competencia venidera, ensombreció una consola con un gran catálogo y que aún hoy se recuerda con gran cariño por la comunidad "gamer".

Ese mismo año también se actualiza la GameBoy con la GameBoy Color, donde ahora los gráficos son a color. Recordemos que, a pesar de la competencia de Sony y Sega, Nintendo aún seguía reinando sin oposición en cuanto consolas portátiles se refiere.

En el año 1999, el mercado de los videojuegos facturaba un total de 39,1 billones de dólares,

²² Kent, Steven L. (2001). The Ultimate History of Video Games: The Story Behind the Craze that Touched our Lives and Changed the World. Roseville, California. Prima Publishing

unos 54,3 contando con la inflación de la moneda actual²³.

2.1.3 Era contemporánea (década de los 2000)²⁴

Nuevo milenio, nueva consola de Sony. PlayStation 2 (2000) llegó para arrasarse. A lo largo de su vida, ha llegado a vender hasta 157 millones de unidades, siendo la consola más exitosa de la historia²⁵. Su potencia, su catálogo, el lector DVD, los puertos USB... hizo de ella una gran consola. Entre los miles de juegos que tiene, destacan "*Grand Theft Auto III*" (2001), "*Final Fantasy X*" (2001), "*Kingdom Hearts*" (2002), "*Metal Gear Solid 3: Snake Eater*" (2003), "*Shadow of the Colossus*" (2005), "*God of War*" (2005)...

Este éxito acabó de condenar a Sega Dreamcast, que en 2002 canceló su distribución definitivamente y Sega dejó el mercado de las consolas para dedicarse a solo hacer juegos.

El éxito de PlayStation 2 fue tan abrumador que barrió a toda su competencia a lo largo del ciclo de su vida. Esta competencia incluye a la Nintendo GameCube (2001) y a la Xbox (2001), la entrada de Microsoft en el sector de los videojuegos, con la saga "*Halo*" como buque insignia. Asimismo, Nintendo, líder indiscutible de las consolas portátiles, lanza también en 2001 la sucesora de la GameBoy, llamada GameBoy Advance. Muy poco tiempo después, se actualizaría en una nueva versión llamada GameBoy Advance SP (2003).

Sin dejar el tema de las portátiles, a finales de 2004 Nintendo saca al mercado la original Nintendo DS, con dos pantallas, una de ellas táctil. Sony, con gran poder en el mercado, se atrevió a meter mano en el mercado de las portátiles con el lanzamiento de la PlayStation Portable (PSP, 2004 – 2005). Ha tenido notables ventas a lo largo de su vida (72 millones de unidades) pero siempre a la sombra de la DS (con más de 150 millones)²⁶.

En 2005, Microsoft se adelantó a su competencia y empezó la nueva generación de consolas de

23 VIDEOGAME SALES. Videogame industry. http://vgsales.wikia.com/wiki/Video_game_industry#cite_note-cpi_inflation-92 Fecha de la consulta: 09/02/2015

24 BLOG EL OTRO LADO: Historia de la videojuegos, Era Moderna. http://www.elotrolado.net/wiki/Historia_de_los_videojuegos:_Era_moderna Fecha de la consulta: 09/02/2015

25 VGCHARTZ. Platform totals. http://www.vgchartz.com/analysis/platform_totals/Hardware/Global/ Fecha de la consulta: 09/02/2015

26 DE CULTURE. Comparando ventas de consolas portátiles: PS Vita, PSP, 3DS y DS. <http://www.deculture.es/2012/03/ventas-consolas-portatiles-ps-vita-ssp-3ds-ds/> Fecha de la consulta: 09/02/2015

sobremesa lanzando la Xbox 360, la sucesora de la Xbox con una potencia muy superior. En 2006, Nintendo y Sony no se quedaron atrás y pondrían al mercado la Nintendo Wii y la PlayStation 3 respectivamente (eso sí, Sony no dejó de apoyar a la PS2 hasta bien entrado 2010). La Wii cautivó a millones de personas con su nueva forma de entretener y Nintendo se posicionó más en la manera de jugar que no en los gráficos. PS3, por su parte, maravilló con su potencia gráfica y características técnicas que animó a una guerra con Xbox 360 por ver cuál de ellas sacaban juegos con más capacidad gráfica. PC, por su parte, ofreció grandes dosis de juego online con juegos de rol masivo como "*World of Warcraft*"²⁷ (2004) de éxito mundial.

A partir del 2006 y hasta 2010, esta generación de consolas (Wii, Xbox 360, PS3, NDS y PSP) consiguió un éxito mayor gracias a las conexiones a Internet y el juego online, además de crear auténticas comunidades "gamers". Los juegos de deportes y de disparos (o FPS) están al orden del día, siendo "*Call of Duty 4: Modern Warfare*" (2007) o los diferentes juegos de fútbol los más exitosos. Además, estas consolas tuvieron actualizaciones que las hacían de aspecto más estilizado y con un mejor rendimiento gráfico (como la Nintendo DS Lite, Xbox 360 Elite, PS3 Slim...)

Por lo tanto, a causa de la tan rápida evolución del sector, con grandes avances tecnológicos y con enorme base de jugadores alrededor del mundo hace que en 2009 – 2010 la industria del videojuego recaude más de 56 billones de dólares en el mundo (incluso con los efectos de la crisis económica global)²⁸. Los videojuegos en estos años ya están totalmente asentados y ya forma parte del día a día, conviviendo con otros métodos de entretenimiento. La edad media del jugador de videojuegos es de 34 años y pasa unas 8 horas a la semana jugando²⁹. También se ha identificado dos tipos de jugadores, los que juegan solos o a través de online y que llevan años jugando; o los que toman los juegos como algo casual y juegan únicamente con amigos o familia. Además, cabe destacar que estudios de mercado realizados en ese entonces sobre los videojuegos reveló que el 40% de los jugadores lo conforman mujeres, un dato muy a tener en cuenta para romper estereotipos.

27 VADEJUEGOS. 10 años de World of Warcraft: las claves de su éxito. <http://www.vadejuegos.com/noticias/10-anos-de-world-of-warcraft-las-claves-de-su-exito-20141124.html> Fecha de la consulta: 09/02/2015

28 ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE VIDEOJUEGOS. El videojuego en el mundo. <http://www.aevi.org.es/la-industria-del-videojuego/en-el-mundo> Fecha de la consulta: 09/02/2015

29 ENTERTAINMENT SOFTWARE RATING BOARD (ESRB). How much do you know about video games? <http://www.esrb.org/about/video-game-industry-statistics.jsp> Fecha de la consulta: 09/02/2015

2.1.4 Situación actual

Los videojuegos van ligados a la evolución de la tecnología. Ya desde la llegada de PS3 y Xbox 360 se apostó por ser los más potentes tecnológicamente, además de ofrecer más prestaciones gráficas y de software como una excelente conexión a Internet, acceso a redes sociales, visionado de películas, videoclubs online...

Desde entonces hasta hoy mismo ha sido la línea que han seguido las consolas sucesoras de PS3 y Xbox 360: la PlayStation 4 (2013) y la Xbox One (2013) respectivamente, ya que ambas apuestan por la más alta tecnología y por incluir más funciones para que la consola sea un verdadero centro de entretenimiento y no solo para jugar. Estas dos consolas representan la continuación de la guerra por ver cuál es la que más definición y poderío gráfico y tecnológico ofrece^{30 31}.

Nintendo ha preferido desmarcarse en la carrera tecnológica y posicionarse más en su manera de jugar y su originalidad. Primero, en 2011, apostó por la función 3D y sacó la Nintendo 3DS. Hoy en día, la 3DS triunfa sin discusión (lleva hasta 2015, casi 50 millones de unidades vendidas). Su competencia directa, la PS Vita de Sony (2011), no ha calado demasiado y solo lleva poco más de 8 millones de unidades vendidas³².

En cuanto a consola de sobremesa, Nintendo lanzó la sucesora de la exitosa Wii, la llamada Wii U (2012) donde también apuesta por lo táctil y un mando novedoso. Wii U, en su caso, ha pasado unos primeros años difíciles con bajas ventas, pero estos últimos meses (noviembre 2014 – febrero 2015) han ido mejorando.

Todas las consolas (en mayor o menor grado) ofrecen grandes funciones sociales para disfrutar con amigos y familiares. El "boom" de los juegos sociales se hizo patente a partir del éxito de la Wii y una legión de juegos sociales inundaron el mercado: "*Big Brain Academy*" (2005), "*Brain Training*" (2005), "*Wii Sports*" (2006), "*Wii Fit*" (2007), "*Just Dance*" (2009)...

30 GAMES INDUSTRY (2015). PS4 to outsell Xbox One by 40% through 2018 Report. <http://www.gamesindustry.biz/articles/2015-02-18-ps4-to-outsell-xbox-one-by-40-percent-through-2018-report> Fecha de la consulta: 19/02/2015

31 VANDAL (2015). Sony ha vendido más de 20 millones de PS4 a los consumidores. <http://www.vandal.net/noticia/1350661468/sony-ha-vendido-mas-de-20-millones-de-playstation-4-a-los-consumidores/> Fecha de la consulta: 04/03/2015

32 ADSL ZONE. ¿Cuál es la estrategia de Sony con PS Vita ante su fracaso de ventas? <http://www.adslzone.net/article13742-cual-es-la-estrategia-de-sony-con-ps-vita-ante-su-fracaso-en-ventas.html> Fecha de la consulta: 09/02/2015

La gran mayoría de estos juegos sociales estaban disponibles en las consolas de Nintendo y a causa de su éxito mundial, las competidoras también se subieron al carro de los juegos sociales y la identificación de movimiento. Sony lanzó para PS3 el PlayStation Move (2010), un mando que reconocía el movimiento de la persona, similar al mando de la Wii. Microsoft, por su parte, puso al mercado en 2010 Kinect, un accesorio con cámara para Xbox 360 y Xbox One donde reconoce movimientos y voz³³.

A fecha de 2015, los videojuegos son considerados como el décimo arte y han traspasado las barreras del entretenimiento, son una nueva manera de interactuar y una fuente inagotable de imaginación y creatividad³⁴. Son capaces de transmitir emociones y contarnos historias increíbles y de una calidad narrativa sublime.

Los videojuegos también han tenido un gran impacto y repercusión en la sociedad de los 90 hasta hoy, como forma de entretenimiento electrónico y otra forma más de expresión en esta era digital. Su aceptación entre la sociedad ha ido en aumento, a la vez que ésta se iba digitalizando aún más, siendo los videojuegos un elemento más de la era digital que vivimos hoy, conviviendo con Internet, tablets, smartphones y las redes sociales.

Como en todo, los videojuegos han causado polémicas y son comúnmente el centro de censuras públicas por parte de los sectores más conservadores de la sociedad. Famoso fue el caso de la masacre de Columbine³⁵, donde acusaron a los videojuegos a incitar la masacre. También fueron los "responsables" del asesinato³⁶ de una familia a manos de su propio hijo por inducirle pensamientos violentos. Finalmente, los videojuegos son continuamente acusados de hacer apología a la violencia y al odio. Un ejemplo sería el caso "*Carmageddon*" (1997)³⁷ donde el juego trataba

33 HONGKIAT. Evolution of Home Video Game Consoles. <http://www.hongkiat.com/blog/evolution-of-home-video-game-consoles-1967-2011/> Fecha de la consulta: 09/02/2015

34 TOST, GINA. VIDAL, XAVIER. ARA.CAT. (2014) El desè art, l'art interactiu. http://www.ara.cat/suplements/diumentge/DESE-ART-LART-INTERACTIU-Lexperiencia_0_1241275870.html Fecha de la consulta: 09/02/2015

35 THE REPORT CARD. Violent Video Games Promote Violence. <http://education-curriculum-reform-government-schools.org/w/2012/12/violent-video-games-promote-violence/> Fecha de la consulta: 09/02/2015

36 CRÓNICA DE LA ESPAÑA NEGRA. Caso José Rabadán: el asesino de la katana. <https://ladyalcon.wordpress.com/2014/01/17/caso-jose-rabadan-el-asesino-de-la-katana/> Fecha de la consulta: 09/02/2015

37 LA INFORMACIÓN. Las donaciones traerán de vuelta a Carmageddon, el polémico juego de conducción. http://noticias.lainformacion.com/arte-cultura-y-espectaculos/videojuegos/las-donaciones-traeran-de-vuelta-a-carmageddon-el-polemico-juego-de-conduccion_tjZXTHG2l5cT6SFyaPau8/ Fecha de la consulta: 09/02/2015

de atropellar peatones con clara temática "gore". Otro caso sería el de "*Hatred*" (2015)³⁸, en el cual controlas a un personaje que odia a la humanidad y decide empezar un genocidio, intentando matar al mayor número de personas de la manera más brutal posible. Y otro ejemplo de polémica sería el caso de "*Call of Duty: Modern Warfare 2*" (2009) donde en un nivel del juego debías asesinar a sangre fría a unos rehenes inocentes en un aeropuerto, creando mucha controversia e incluso llegó a salir en los medios generalistas³⁹.

Cabe añadir que la adicción a los videojuegos es un tema social que preocupa a muchos padres e instituciones, donde ven que sus jóvenes se pasan muchas horas frente a la pantalla jugando a videojuegos que están concebidos para crear adicción⁴⁰. Tales son los casos de "*League of Legends*" (2009), "*Candy Crush*" (2012) o las distintas entregas de la saga "*Call of Duty*". Estos juegos tienen una estructura de logros y recompensas que mantiene al jugador muy sumergido en el juego, sin contar con la satisfacción que da superarte a ti mismo o vencer al equipo contrario.

Pero los videojuegos también han demostrado que pueden ser saludables y beneficiosos con moderación. Hay varios estudios que constatan que algunos videojuegos ayudan a la agilidad mental y visual⁴¹, además de liberar estrés. También son una buena forma de rehabilitación suave de locomoción, y más en estas últimas consolas donde el movimiento juega un papel clave. Finalmente, hay estudios que afirman que la capacidad visual, de atención y la plasticidad cerebral mejora con el uso del videojuego, tal y como indica la investigación de Daphne Bavelier⁴², neurocientífica de la Universidad de Rochester (Nueva York), y que lo explica en un interesante y recomendado episodio de "Redes"⁴³, el programa dirigido por Eduard Punset.

En lo que se refiere a videojuegos como industria, a fecha de 2015, es muy sólida y rentable, con más de 1.200 millones de jugadores en todo el mundo y de grandes inversiones monetarias. Desde hace ya unos años, la industria de los videojuegos factura más dinero que la industria de

38 EL DIARIO. Hatred, el polémico juego ultraviolento, se defiende de las críticas. http://www.eldiario.es/juegoreviews/noticias/Hatred-ultra-violento-videojuego-matanzas-defiende_0_314968671.html Fecha de la consulta: 09/02/2015

39 VANDAL (2012). Infinity Ward explica qué buscaba la misión No Russian. <http://www.vandal.net/noticia/71244/infinity-ward-explica-que-buscaba-la-mision-no-russian/> Fecha de la consulta: 11/03/2015

40 TELEVISIÓ DE CATALUNYA. 30 Minuts (2015). Videojocs, la seducció imparable. <http://www.ccma.cat/tv3/alcanta/30-minuts/videojocs-la-seduccio-imparable/video/5479931/> Fecha de consulta: 11/03/2015

41 REVISTA QUO. 9 beneficios de jugar videojuegos. <http://quo.mx/10-cosas-que/2013/11/13/9-beneficios-de-jugar-videojuegos> Fecha de la consulta: 09/02/2015

42 UNIVERSIDAD DE ROCHESTER. Daphne Bavelier. <http://www.bcs.rochester.edu/people/daphne/> Fecha de la consulta: 09/02/2015

43 REDES PARA LA CIENCIA. Redes 129: Cómo nos influyen los videojuegos (2012) <http://www.redesparalaciencia.com/7801/redes/redes-129-como-nos-influyen-los-videojuegos> Fecha de la consulta: 09/02/2015

la música y el cine juntos, tanto en España⁴⁴ como en EEUU⁴⁵ y otras partes del mundo. A finales de 2014, se recaudaron unos 64 billones de dólares⁴⁶. Además, el videojuego "*Destiny*" (2014) para PS4 y Xbox One se ha convertido en el producto cultural más caro de la historia (380 millones de euros)⁴⁷ superando a películas como "*Avatar*" (209) o "*Piratas del Caribe 3: En El Fin del Mundo*" (227). Como dato relevante, "*Destiny*" recuperó todo lo invertido en tan sólo 24 horas. Otros juegos también han tenido hitos similares como "*Grand Theft Auto V*" (2013)⁴⁸.

Huelga decir que los videojuegos no es una moda, ya que la tendencia dice que esto no va a cambiar en los próximos años. Con la llegada de las nuevas consolas, la experimentación de la realidad virtual con Oculus Rift⁴⁹, el fenómeno Youtubers⁵⁰, la irrupción de juegos indies, el amplio porcentaje de mujeres que son "gamer" o las nuevas maneras de jugar a través de los "smartphones" harán que este mercado no decaiga. Se prevé que en 2018 el mercado llegue a los 100 billones de dólares recaudados⁴⁵.

2.2 Nintendo

Nintendo (también llamada popularmente como la Gran N) es una empresa que actualmente se dedica al software y hardware en Kyoto (Japón). El nombre de Nintendo proviene de los caracteres japoneses Nin-ten-dou que literalmente significa "Dejar la suerte al cielo"⁵¹.

44 LA FLECHA (2008) La industria de los videojuegos generan más dinero en España que cine y música juntos http://laflecha.net/archivo/canales/videojuegos/noticias/la-industria-de-los-videojuegos-generan-mas-dinero-en-espana-que-cine-y-musica-juntos?_xm=rss Fecha de la consulta: 09/02/2015

45 VAN DREUNEN, JOOST (2011). The Game Behind the Video Game: Business, Regulation, and Society in the Gaming Industry. Pag. 2. Columbia Institute, NY.

46 CINEMABLEND (2014). Video game Software Market to Hit 100\$ Billion by 2018, Says Report. <http://www.cinemablend.com/games/Video-Game-Software-Market-Hit-100-Billion-By-2018-Says-Report-64956.html> Fecha de la consulta: 09/02/2015

47 EL PAÍS (2014). Sucasas, Ángel Luis. El videojuego de todos los récords. http://cultura.elpais.com/cultura/2014/08/26/actualidad/1409072075_044675.html Fecha de la consulta: 09/02/2015

48 ABC TECNOLOGÍA (2013). GTA V rompe siete récords Guinness en solo tres semanas. <http://www.abc.es/tecnologia/videojuegos/20131009/abci-ompe-records-guinness-201310091745.html> Fecha de la consulta: 09/02/2015

49 ABC (2014). Oculus Rift: la realidad virtual se hace tangible gracias a Facebook. <http://www.abc.es/tecnologia/informatica-hardware/20140331/realidad-virtual-hace-tangible-201403310026.html> Fecha de la consulta: 09/02/2015

50 20 MINUTOS (2014). Youtubers: todo un fenómeno que engancha a los más jóvenes <http://www.20minutos.es/noticia/2309584/0/youtubers-fenomeno/espana-jovenes/los20-mas-populares/> Fecha de la consulta: 09/02/2015

51 VIDAEXTRA (2007). El origen de los nombres de las compañías. <http://www.vidaextra.com/industria/el-origen-de-los-nombres-de-las-companias> Fecha de consulta: 09/02/2015

2.2.1 Inicios^{52 53}

La empresa se fundó en 1889 por Fusajiro Yamauchi. En sus inicios, la compañía se dedicaba a la fabricación y venta de barajas de cartas hechas a mano llamadas "*Hanafudas*". Estas cartas tuvieron un buen éxito en Kyoto y alrededores.

Pasaron los años y las cartas aún tenían éxito, pero cuando la empresa fue heredada por su nieto Hiroshi Yamauchi en 1953, quiso innovar y avanzar. Primero renovó las cartas y las hizo de plástico, siendo todo un éxito en el país, ya que fueron las primeras cartas de plástico de Japón. También en 1959, Nintendo consiguió licencias de Disney para imprimir sus personajes en las cartas, siendo todo un "boom" en Japón. Pero Hiroshi sabía que el mercado de las cartas en ese momento estaba ya muy limitado, y estancado y por eso quería ir más allá.

Hiroshi probó fortuna en varios negocios durante los 60. Nintendo fue dueña de una cadena de hoteles para parejas, de una marca de arroz instantáneo, una compañía de taxis y una marca de juguetes. Todas las iniciativas fracasaron menos una: la de los juguetes que mantenía a flote la compañía a duras penas. No fue hasta las Navidades del 1966 que la suerte les cambió y un juguete llamado "*Ultra Hand*"⁵⁴ desarrollado por Gunpei Yokoi, un empleado de Nintendo, fue todo un éxito, convirtiéndose en el primer juguete en llegar a un millón de unidades vendidas. A partir de ahí, Gunpei se convirtió en el primer gran creativo de la compañía.

2.2.2 Introducción al ocio electrónico⁵⁵

A principios de los 70, Hiroshi se dio cuenta del potencial de los videojuegos y estaba muy interesado en el éxito que tenían en Estados Unidos gracias a Magnavox y a Atari. Nintendo se aseguró de la distribución de Magnavox en Japón. Esto hizo que la compañía cogiera experiencia y durante los años 70 empezara a crear sus primeros videojuegos y arcades de moderado éxito como "*Wild Gunman*" (1974), "*EVR Race*" (1975) o "*Radar Scope*" (1979) para las consolas del

52 GIZMODO (2013). The Surprisingly Long History of Nintendo. <http://gizmodo.com/the-surprisingly-long-history-of-nintendo-1354286257> Fecha de la consulta: 12/02/2015

53 NINTENDO OFICIAL. La historia de Nintendo. <https://www.nintendo.es/Empresa/La-historia-de-Nintendo/La-historia-de-Nintendo-625945.html> Fecha de la consulta: 12/02/2015

54 BEFOREMARIO (2011). Nintendo Ultra Hand. <http://blog.beforemario.com/2011/03/nintendo-ultra-hand-1966.html> Fecha de la consulta: 12/02/2015

55 GRANTLAND (2014). The Rise of Nintendo: A story in 8 bits. <http://grantland.com/features/the-rise-of-nintendo-video-games-history/> Fecha de la consulta: 12/02/2015

momento. En 1979 se crea Nintendo of America, demostrando la ambición y proyección de Nintendo. También fue por esa época que Nintendo contrató a un jovencísimo Shigeru Miyamoto, un creativo que cambiaría la historia de la empresa.

No fue hasta en 1980 que Nintendo se atrevió a crear su primera consola, una serie de videojuegos portátiles con pantalla LCD con microprocesador llamados "GAME & WATCH" ideados por Gunpei Yokoi. Durante los 80, varios "GAME & WATCH" fueron lanzados cada uno con un juego diferente.

Pero no fue hasta 1981 que Nintendo consiguió su primer gran éxito en el mundo. Ese éxito vino gracias al juego arcade "*Donkey Kong*", creado por Shigeru Miyamoto. El juego trataba de que Jumpman debía rescatar a su novia Pauline de las garras de un malvado gorila tira-barriles a través de varias plataformas. El juego estuvo disponible en arcade, Atari 2600 y otras consolas. Tal fue el éxito que llegó a Hollywood y Universal (propietaria de la película King Kong) demandó a Nintendo por infringir derechos. Finalmente, gracias al esfuerzo de Nintendo América y sus abogados, Nintendo ganó la batalla judicial. Es por eso que Jumpman fue rebautizado como Mario para el juego arcade "*Mario Bros*" (1983) (Mario Segale era el propietario de las oficinas de Nintendo América en esa época y era una forma de agradecimiento).

2.2.3 Nintendo: dominadora del mercado del videojuego

Poco más tarde, Nintendo, aprovechando la crisis de los videojuegos en Estados Unidos, sacó su primera consola de sobremesa de su historia en 1983: la NES (Nintendo Entertainment System). La escasa presencia de competencia y una potencia nunca vista con sus 8 bits triunfó rápidamente en Japón. En 1985 se lanzó en América (cuando pasó la crisis) y poco después en Europa, convirtiéndola en un icono mundial.

Esta consola marcó un hito en la historia de los videojuegos gracias a su potencia, mandos, publicidad y catálogo de juegos excelente. NES vendió durante su ciclo de vida 61,9 millones de unidades en todo el mundo⁵⁶. Sus juegos más destacados y que reinventaron la industria fueron: "*Super Mario Bros*" (1985), "*Metroid*" (1986), "*The Legend of Zelda*" (1987), "*Final Fantasy*" (1987), "*Mike Tyson's Punch Out!!!!*" (1987), "*Contra*" (1987), "*Megaman 2*" (1988), "*Super Mario Bros 3*" (1988), "*Castlevania III: Dracula's Curse*" (1989)...

⁵⁶ NINTENDEROS. Se muestran las ventas totales de consolas y de juegos vendidos de Nintendo. <http://www.nintenderos.com/2013/11/se-muestran-las-ventas-totales-de-consolas-y-de-juegos-vendidos-de-nintendo/> Fecha de la consulta: 12/02/2015

Nintendo, no satisfecha y con ganas de más, lanzó al mercado la primera consola portátil como tal llamada GameBoy (1989) también creación de Gunpei Yokoi. Gracias a la experiencia con la serie "GAME & WATCH", Nintendo pudo prever el éxito de una consola portátil. Y así fue. Su éxito mundial fue incontestable y si sumamos el de la NES, Nintendo dominaba el mercado de los videojuegos casi al completo. En 1998, se lanzó su revisión GameBoy Color, que tenía gráficos a color, más potencia interna y retrocompatibilidad con los juegos antiguos. Entre los dos modelos de GameBoy se vendieron 118,7 millones de unidades en todo el mundo, siendo la tercera consola más vendida de la historia⁵⁷ y una de las más longevas (1989 – 2001).

Este éxito además vino impulsado por dos fenómenos: el primero de ellos fue "*Tetris*", el juego de puzzles más famoso de la historia, creado por el ruso Aleksei Pazhitnov en 1984, pero su versión más vendida y famosa fue la de la GameBoy (1989). El segundo fenómeno fue el de "Pocket Monsters", más conocido como "*Pokémon*", un juego donde el objetivo era capturar, coleccionar y entrenar criaturas fantásticas para ser maestro Pokémon. Las dos primeras ediciones "*Pokémon Rojo*" y "*Pokémon Azul*" (1996) para la GB y luego las ediciones "*Pokémon Amarillo*" (1998), "*Oro*" y "*Plata*" (1999) para GB Color introdujeron un fenómeno social en todos los rincones del mundo que todavía hoy perdura⁵⁸. Pikachu es la criatura más famosa, y se han hecho series de televisión, películas, merchandising de todo tipo...

Otros juegos fueron "*Super Mario Land*" (1989), "*Metroid II: The Return of Samus*" (1991), "*The Legend of Zelda: Link's Awakening*" (1993), "*Kirby's DreamLand 2*" (1995), "*Wario Land 2*" (1998)...

2.2.4 Época dorada de los videojuegos

En 1990, Nintendo lanzó la sucesora de la NES, la SNES (Super Nintendo Entertainment System). Consola de 16 bits y con un mando más completo que siguió la estela del éxito de su predecesora y se convirtió en éxito global. SNES tuvo que competir con la Mega Drive de Sega, provocando una rivalidad que marcó época por sus piques Mario vs. Sonic.

SNES tuvo un catálogo de juegos muy variados y que se considera de lo mejor que ha dado la industria, juegos como "*Super Mario World*" (1990), "*The Legend of Zelda: A Link to the Past*" (1991), "*Street Fighter II*" (1991), "*Super Mario Kart*" (1992), "*Mortal Kombat II*" (1993), "*StarFox*"

⁵⁷ VGCHARTZ. Platform totals. http://www.vgchartz.com/analysis/platform_totals/Hardware/Global/ Fecha de la consulta: 12/02/2015

⁵⁸ DEF CON PLAY (2014). El fenómeno Pokémon sume y sigue para llegar a 260 millones de juegos vendidos. http://www.antena3.com/defconplay/opinion/fenomeno-pokemon-suma-sigue-llegar-260-millones-juegos-vendidos_2014081900142.html Fecha de la consulta: 12/02/2015

(1993), "*Final Fantasy VI*" (1994), "*Donkey Kong Country*" (1994), "*Super Metroid*" (1994), "*Chrono Trigger*" (1995), "*Super Mario World 2: Yoshi's Island*" (1995)...

A partir de 1994-95 las compañías empezaron a experimentar con el 3D, que era el futuro cercano de los videojuegos y dejar de lado el 2D. Nintendo sacó en 1995 el Virtual Boy, una consola con proyector que mostraba gráficos 3D reales con el uso de gafas y visor estereoscópico. La consola resultó un fracaso, el más sonado de la historia de Nintendo⁵⁹. No llegó ni a Europa.

Los motivos fueron el poco apoyo que tuvo, lo aparatoso que resultaba, el mareo que producía la imagen 3D y probablemente fue un producto que salió en un mercado aun demasiado prematuro y poco preparado. Gunpei Yokoi, creador del Virtual Boy y el director creativo de la compañía, quedó debilitado por este fracaso, dando paso a Miyamoto, creador de Mario y Zelda.

Después de esta experiencia traumática, pero suavizada por el tremendo éxito de SNES y Game Boy y sus versiones, Nintendo decidió lanzar su tercera consola de sobremesa para suceder a la SNES: la Nintendo 64 (1996), la consola de 64 bits y que tuvo que competir contra PlayStation y Sega Saturn. PlayStation (finales 1994) ya tenía cierta ventaja y estaba acompañada de mucho éxito mundial. Esto hizo, que por primera vez, Nintendo fuese la segunda en el mercado superada por Sony. Vendió 32,9 millones de unidades por todo el mundo⁶⁰.

Aún así, la N64 atesora juegos que han marcado las pautas de los juegos 3D de hoy y absolutos referentes como "*Super Mario 64*" (1996)⁶¹ o "*The Legend of Zelda: Ocarina of Time*" (1998)⁶², ambos juegos creados por Miyamoto y usualmente considerados como los mejores juegos de la historia. Otros juegos a destacar son "*Mario Kart 64*" (1996), "*GoldenEye 007*" (1997), "*StarFox 64*" (1997), "*Banjo-Kazooie*" (1998), "*Super Smash Bros*" (1999), "*The Legend of Zelda: Majora's Mask*" (2000)...

59 DIGITAL SPY. Virtual Boy retrospective: Nintendo's disastrous foray into VR <http://www.digitalspy.co.uk/gaming/feature/a562419/virtual-boy-retrospective-nintendos-disastrous-foray-into-vr.html#~p4661PW4g9HR42> Fecha de la consulta: 12/02/2015

60 NINTENDEROS. Se muestran las ventas totales de consolas y de juegos vendidos de Nintendo. <http://www.nintenderos.com/2013/11/se-muestran-las-ventas-totales-de-consolas-y-de-juegos-vendidos-de-nintendo/> Fecha de la consulta: 12/02/2015

61 IGN (2011). The Genius of Super Mario 64. <http://www.ign.com/articles/2011/09/28/the-genius-of-super-mario-64> Fecha de la consulta: 12/02/2015

62 MERISTATION (2007). Ocarina of Time, el mejor juego de la historia según EDGE. <http://www.meristation.com/nintendo-64/noticias/ocarina-of-time-el-mejor-juego-de-la-historia-segun-edge/1506755/1644198> Fecha de la consulta: 12/02/2015

2.2.5 Nuevo milenio

Llega nuevo milenio y Nintendo, con una apuesta firme para desbancar Sony, comercializa dos consolas nuevas en 2001.

Primero lanza a principios de 2001 la Game Boy Advance o GBA, la sucesora de la longeva Game Boy. Consola portátil de 32 bits muy ergonómica y que también alcanzó gran popularidad, demostrando que Nintendo seguía mandando en consolas de mano. Era compatible con juegos de GB y GB Color. En 2003, tuvo una revisión llamada GBA SP con carcasa plegable, iluminación de pantalla y mejor batería. Consiguió ni más ni menos unas 81,5 millones de unidades vendidas⁶³ y sus juegos más emblemáticos fueron *"Golden Sun"* (2001), *"Phoenix Wright: Ace Attorney"* (2001), *"Pokémon Edición Rubí"/"Pokémon Edición Zafiro"* (2002), *"Metroid Fusion"* (2002), *"Mario & Luigi: Superstar Saga"* (2003), *"Castlevania: Aria of Sorrow"* (2003), *"Pokémon Esmeralda"* (2004), *"The Legend of Zelda: The Minish Cap"* (2004)...

Luego, a finales de 2001, Nintendo lanza la Gamecube (GC), la nueva sobremesa de Nintendo, que tenía como rivales PlayStation 2 y Xbox. Su diseño elegante en forma de cubo, los mini-discos y su mando hicieron de ella una consola muy querida, pero muy perjudicada en su momento por el tremebundo éxito de PS2 (la consola más vendida de la historia). Nintendo apostó muy fuerte por GC, pero otras compañías le dieron la espalda a causa del éxito de PS2. Gamecube vendió 21,7 millones de unidades en el mundo⁶², muy por detrás de lo que se esperaba. Sus juegos más recordados por la comunidad son *"Luigi's Mansion"* (2001), *"Super Smash Bros Melee"* (2001), *"Pikmin"* (2001), *"Super Mario Sunshine"* (2002), *"The Legend of Zelda: Wind Waker"* (2002), *"Metroid Prime"* (2002), *"Animal Crossing"* (2002), *"Tales of Symphonia"* (2003), *"Metroid Prime 2: Echoes"* (2004), *"Resident Evil 4"* (2005)...

En 2002, Hiroshi Yamauchi dejó el cargo de presidente que tenía desde 1953 y lo cedió a Satoru Iwata, programador excelente de Nintendo. Miyamoto es el creativo más importante de la compañía, dirigiendo los juegos estrella de Nintendo.

2.2.6 La revolución de DS y Wii

Nintendo, a pesar de las bajas ventas de Gamecube, la GBA vendía muy bien. Pero los altos cargos notaban que faltaba frescura y originalidad en el mercado de los videojuegos, sobretudo en

63 VGCHARTZ. Platform totals. http://www.vgchartz.com/analysis/platform_totals/Hardware/Global/ Fecha de la consulta: 12/02/2015

el hardware. Es por eso que en una decisión muy arriesgada, Nintendo apostó por dos consolas totalmente nuevas y muy revolucionarias que cambiarían el sector del videojuego para siempre. Primero vino la famosa Nintendo DS (Double Screen) en 2004-2005, consola portátil que destacaba por sus dos pantallas, la inferior totalmente táctil, micrófono incorporado y conexión Wi-Fi. Nuevamente, la DS superó todas las expectativas y Nintendo volvió a arrasarse en el mercado portátil, barriendo a su rival PSP gracias a su accesibilidad, comunicación, catálogo de juego y potenciación de los juegos sociales. A fecha de 2015, es la segunda consola más vendida de toda la historia con la friolera cantidad de 154,4 millones de unidades vendidas en todo el mundo⁶⁴ (contando sus revisiones como la DS Lite). Los juegos de referencia de esta consola son "*Mario Kart DS*" (2005), "*Brain Training*" (2005), "*Animal Crossing: Wild World*" (2005), "*Nintendogs*" (2005), "*New Super Mario Bros*" (2006), "*Profesor Layton: La Villa Misteriosa*" (2007), "*Hotel Dusk: Room 215*" (2007), "*The Legend of Zelda: Spirit Tracks*" (2009), "*Pokémon Edición Blanca/Pokémon Edición Negra*" (2010)...

Poco después vendría la sucesora de la Gamecube, la Wii (2006), una consola que revolucionaría el concepto de videojuegos para siempre.

2.2.7 Situación actual: de vuelta al 3D y la Wii U

Después del inmenso éxito de DS y Wii que batieron todos los récords de ventas en diversas partes del mundo⁶⁵, arrasando la competencia y además posicionándose en una nueva imagen, Nintendo ya tenía preparada a sus sucesoras que irían en una línea continuista.

En un primer momento, sacaron en 2011 la Nintendo 3DS, una consola muy similar a su predecesora (táctil, dos pantallas, micrófono) pero con mejor conectividad y una gran novedad: la capacidad de la pantalla superior para hacer gráficos 3D sin gafas. Aunque le costó un poco arrancar a causa de la transición DS – 3DS, a fecha de 2015 tiene muy buena salud⁶⁶ y domina el mercado portátil. En 2015 salió la revisión llamada New Nintendo 3DS, con pantallas más grandes, batería más eficiente, un nuevo stick y el 3D estereoscópico de la pantalla superior (se puede ver el 3D en diferentes ángulos). También hay compatibilidad con las figuras "Amiibo". Los juegos destacados de la 3DS son "*Super Mario 3D Land*" (2011), "*Resident Evil Revelations*" (2012), "*Fire Emblem:*

64 VGCHARTZ. Platform totals. http://www.vgchartz.com/analysis/platform_totals/Hardware/Global/ Fecha de la consulta: 12/02/2015

65 SLASHGEAR. Nintendo Wii sales sets new industry records. <http://www.slashgear.com/nintendo-wii-sales-set-new-industry-records-1630867/> Fecha de la consulta: 12/02/2015

66 BLOGOCIO. Nintendo 3DS ya ha superado las 50 millones de unidades vendidas. <http://blogocio.net/nintendo-3ds-ya-ha-superado-las-50-millones-de-unidades-vendidas-no-82988/> Fecha de la consulta: 12/02/2015

Awakening" (2012), *"Bravely Default"* (2012), *"Luigi's Mansion 2"* (2013), *"The Legend of Zelda: A Link Between Worlds"* (2013), *"Mario & Luigi: Dream Team Bros"* (2013), *"Pokémon X&Y"* (2013), *"Super Smash Bros 3DS"* (2014) o *"Xenoblade Chronicles 3D"* (2015)...

Después, en cuanto a consola de sobremesa, Nintendo lanzó la Wii U (2012), ofreciendo la primera consola HD y 1080p de Nintendo y con un mando con pantalla táctil central y sensor de movimiento. De momento, sus "competidoras" PS4 y Xbox One le llevan mucha ventaja, pero los muchos expertos dicen que Nintendo se ha posicionado de una manera que no compite por potencia gráfica y prestaciones, sino se posiciona por su manera de jugar y dirigido a otro público. A Wii U le ha costado más arrancar (incluso muchos hablaban de crisis en Nintendo)⁶⁷, pero desde principios del 2015 se ha conseguido revertir levemente la situación gracias a la aparición de *"Mario Kart 8"* (2014) y de *"Super Smash Bros U"* (2014). Estos dos juegos han aumentado exponencialmente las ventas de Wii U, situándose en abril de 2015 en 9,5 millones de unidades⁶⁸. Wii U aún tiene mucho terreno por recorrer y muchos juegos que mostrar⁷⁰ como *"Splatoon"* (2015), *"Yoshi's Woolly World"* (2015) o el nuevo Zelda (2016?). Hasta ahora se destacan *"Super Mario 3D World"* (2013), *"Donkey Kong Country: Tropical Freeze"* (2014), *"Bayonetta 2"* (2014), *"Hyrule Warriors"* (2014), *"Mario Kart 8"* (2014), *"Super Smash Bros U"* (2014)...

Otro factor que ha conseguido que Wii U remonte en ventas son las figuras "Amiibo"⁷¹. Estos se dieron a conocer gracias a *"Super Smash Bros U"* y consisten en figuritas de los personajes de Nintendo bien detalladas que tienen conectividad con Wii U y New 3DS para interactuar con determinados juegos y desbloquear contenidos adicionales. Cabe añadir que, juntando el alto valor coleccionista y la escasez de Amiibos en las tiendas convencionales⁷², se ha producido una fiebre de compra-venta por internet muy notoria, donde se venden estas figuritas a altos pre-

67 MUY COMPUTER (enero 2014). Nintendo oficializa la crisis de venta de Wii U y 3DS. <http://www.muycomputer.com/2014/01/17/crisis-de-venta-de-wii-u-y-3ds> Fecha de la consulta: 12/02/2015

68 VANDAL (mayo 2015). Nintendo obtiene beneficios después de 3 años de pérdidas. <http://www.vandal.net/noticia/1350663801/nintendo-obtiene-beneficios-despues-de-tres-anos-en-perdidas/> Fecha de la consulta: 07/05/2015

69 VANDAL (2015) Reggie Fils-Aime confía en el futuro de Wii U. <http://www.vandal.net/noticia/1350661918/reggie-filsaime-confia-en-el-futuro-de-wii-u/> Fecha de consulta: 16/03/2015

70 VANDAL (2015). Nintendo espera cumplir los objetivos económicos para el año que viene. <http://www.vandal.net/noticia/1350660772/nintendo-espera-cumplir-sus-objetivos-economicos-para-el-ano-que-viene/> Fecha de la consulta: 12/02/2015

71 VANDAL (2015). Nintendo ya ha vendido 5,7 millones de Amiibos. <http://www.vandal.net/noticia/1350660213/nintendo-ya-ha-vendido-57-millones-de-figuras-amiibo/> Fecha de la consulta: 12/02/2015

72 IGN (2015). Nintendo pide perdón por la escasez de Amiibos. <http://es.ign.com/nintendo/93207/news/nintendo-pide-perdon-por-la-escasez-de-amiibos> Fecha de la consulta: 06/05/2015

cios, creando un verdadero mercado especulativo⁷³.

En marzo de 2015, el presidente Iwata anunció que Nintendo haría una alianza con DeNA (una potente compañía de móviles japonesa) para lanzar juegos exclusivos para dispositivos móviles⁷⁴. Esta noticia supone la introducción de Nintendo al mercado de los videojuegos para smartphones y el uso de sus personajes y licencias a esos soportes. Una noticia que ya hacía tiempo que accionistas y analistas deseaban y que ha provocado efectos positivos en la compañía⁷⁵.

En ese mismo anuncio, Iwata aprovechó para hablar por primera vez de manera oficial sobre la próxima consola de Nintendo. Su nombre en clave es NX⁷⁶ y buscará sorprender al jugador con prestaciones nuevas y originales. Se darán más noticias y detalles de NX durante el 2016, ya que aún no se sabe si es portátil, sobremesa o siquiera el aspecto físico. Además, a principios de mayo del 2015, Universal Theme Parks anunciaron un acuerdo con Nintendo para crear un parque de atracciones en Estados Unidos sobre la compañía nipona en un futuro cercano⁷⁷.

A fecha de 2015, Nintendo es una de las compañías más influyentes de la historia de los videojuegos y una de las más poderosas de Japón⁷⁸. También está muy bien valorada entre los usuarios⁸⁰ y cuenta con una enorme comunidad fiel a sus consolas y juegos alrededor del mundo. El legado de Nintendo es innegable, desde sus inicios en el mundo del ocio electrónico hasta nuestros días, siempre intentando innovar y ofrecer consolas que revolucionen el mercado. Nintendo ha

73 VIDAEXTRA (2015). Nintendo, sabes que te quiero, pero ponle freno ya a la especulación de los Amiibo. <http://www.vidaextra.com/industria/nintendo-sabes-que-te-quiero-pero-ponle-freno-ya-a-la-especulacion-de-los-amiibo> Fecha de la consulta: 12/02/2015

74 MERISTATION (2015). Nintendo lanzará videojuegos para dispositivos móviles. <http://www.meristation.com/nintendo-3ds/noticias/nintendo-lanzara-videojuegos-para-dispositivos-moviles/1160/2049610> Fecha de consulta: 17/03/2015

75 VANDAL (2015). Las acciones de Nintendo se disparan tras los anuncios de hoy de su alianza con DeNA. <http://www.vandal.net/noticia/1350662008/las-acciones-de-nintendo-se-disparan-tras-los-anuncios-de-hoy-de-su-alianza-con-dena/> Fecha de consulta: 17/03/2015

76 VANDAL (2015). La próxima consola de Nintendo tiene el nombre en clave NX. <http://www.vandal.net/noticia/1350661969/la-proxima-consola-de-nintendo-tiene-el-nombre-clave-nx/> Fecha de consulta: 17/03/2015

77 BUSINESSWIRE (2015). Nintendo Partners with Universal Parks & Resorts to Create World's First-Ever Theme Park Attractions Based on Nintendo's Beloved Games and Characters. http://www.businesswire.com/news/home/20150507005307/en/Nintendo-Partners-Universal-Parks-Resorts-Create-World%E2%80%99s#.VWdS6Pl_uM6 Fecha de consulta: 08/05/2015

78 OCIO ULTIMATE MAGAZINE (2010). Nintendo es la 4ª empresa más grande de Japón. <http://www.ocio.net/tecnologia/consolas/nintendo-es-la-4-empresa-mas-grande-en-japon/> Fecha de la consulta: 12/02/2015

79 LA INFORMACIÓN (2015). La Wii U y la debilidad del yen aupan a Nintendo, que gana 6 veces más http://noticias.lainformacion.com/economia-negocios-y-finanzas/estados-financieros-trimestrales-o-semestrales/la-wii-u-y-la-debilidad-del-yen-aupan-a-nintendo-que-gana-casi-6-veces-mas_VawJdcUFgOOBecr8Xua1g2/ Fecha de la consulta: 12/02/2015

80 VANDAL (2013). Nintendo lidera un estudio sobre satisfacción de los clientes. <http://www.vandal.net/noticia/1350633651/nintendo-lidera-un-estudio-sobre-satisfaccion-de-los-clientes/> Fecha de la consulta: 12/02/2015

sido responsable de crear consolas que han hecho soñar generaciones y multitud de juegos que se consideran obras maestras por su imaginación, originalidad, transgresión y diversión. Así es como Shigeru Miyamoto (creador de Mario y Zelda y gurú creativo de Nintendo) ganó el Premio de Príncipe de Asturias en 2012⁸¹ y también fue nombrado el hombre más influyente del mundo en 2008 según TIMES⁸².

2.3 Wii

2.3.1 Historia y juegos relevantes

La idea de Wii fue concebida en el 2001, junto con el lanzamiento de GameCube. Entre ese año y 2005, los ingenieros, diseñadores e investigadores de I+D trabajaron en el proyecto de crear una consola única y una nueva interfaz. En palabras de Miyamoto, el creativo jefe de Nintendo, se dieron cuenta que el mercado de los videojuegos iba cada vez más enfocado en ofrecer gráficos y potencia gráfica: "Comenzamos con la idea de que queríamos ofrecer con una interfaz de juego única. Demasiadas consolas con hardware potente no pueden coexistir. Es como tener sólo dinosaurios feroces, lucharían hasta lograr su propia extinción"⁸³.

La idea de Nintendo era crear una consola que a las mamás del mundo les gustara, es decir, que no ocupara mucho, que no fuera muy cara, que no hiciera mucho ruido y que no hubiera cables molestos, etc⁸¹. Con todas esas ideas estaba claro que la consola no iba a ser muy convencional y una apuesta arriesgada por parte de Nintendo (más después del escaso éxito de GC y el apabullante triunfo de PS2).

El nombre código de la Wii durante su fase de desarrollo era "Revolution", toda una declaración de intenciones. Y así la "Revolution" fue presentada oficialmente en el E3 (Electronic Entertainment Expo) del 2005, la feria más importante de videojuegos del mundo. Su presentación ge-

81 EL MUNDO (2012). Miyamoto, creador de Super Mario, recibe el Premio Príncipe de Asturias. <http://www.elmundo.es/elmundo/2012/05/23/navegante/1337762474.html> Fecha de la consulta: 12/02/2015

82 TIMES (2008). Your TIME 100. http://content.time.com/time/specials/2007/article/0,28804,1725112_1726934_1726935,00.html Fecha de la consulta: 12/02/2015

83 CLOUD COMPUTING (2007). The Big Idea behind Nintendo's Wii. <http://cloud-computing.tmcnet.com/news/2006/11/16/2084887.htm> Fecha de la consulta: 19/02/2015

neró una gran expectación⁸⁴, pero no fue hasta el Tokyo Game Show (otra importante feria de videojuegos) que no presentaron los nuevos y revolucionarios mandos.

Unos meses más tarde, el 27 de abril de 2006, se confirmó que "Revolution" se pasaba a llamar "Wii"⁸⁵. Su nombre es digno de analizar:

- El nombre proviene de la palabra inglesa "we" que significa "nosotros". Según la nota de prensa oficial: "Mientras el nombre código Revolution expresó nuestra dirección, Wii representa nuestra respuesta. Wii romperá las barreras que separan a los jugadores del resto de personas. Wii pondrá más gente en contacto con los juego...y entre ellos [...] Ya no se trata de tú o yo. Se trata de Wii (nosotros, juego de palabras). ¡Y juntos, lo vamos a cambiar todo!"⁸⁶.
- Las dos "i" de Wii son una representación gráfica del mando característico de la consola, pero también se puede ver como dos personas juntas.
- La palabra es de fácil pronunciación para cualquier lengua y cultura y es nombre muy corto y comprensible para todo el mundo.
- Como curiosidad, el carácter japonés "ii" significa "bueno".

En un primer momento las reacciones ante el cambio de nombre fue mixto. No todos los analistas estaban convencidos de esta decisión, remarcando que Revolution era un nombre más atractivo y ambicioso y que Wii sonaba demasiado infantil⁸⁷.

Y así fue como en el E3 del 2006, Nintendo presentó a la Wii en todo su esplendor y de todo lo que era capaz, confirmando juegos, prestaciones y demostraciones jugables en la conferencia. Entre noviembre y diciembre de 2006, Wii salió a la venta en todo el mundo, convirtiéndose en

84 VANDAL (2005). Crónica Especial E3 2005. <http://www.vandal.net/reportaje/cronica-especial-e3-2005/3> Fecha de la consulta: 19/02/2015

85 GAMESPOT (2006). E3 2006: Revolution renamed Wii. <http://www.gamespot.com/articles/e3-06-revolution-renamed-wii/1100-6148462/> Fecha de la consulta: 19/02/2015

86 GIZMODO (2006). Nintendo Revolution renamed Wii. <http://gizmodo.com/170058/nintendo-revolution-renamed-wii> Fecha de la consulta: 19/02/2015

87 GAMASUTRA (2006). Wii Reactions: Developers Comment. http://www.gamasutra.com/view/feature/131092/wii_reactions_developers_comment.php Fecha de la consulta: 19/02/2015

un fantástico regalo para las Navidades⁸⁸. Además, en EEUU y Europa la consola incluía el juego "Wii Sports", un juego donde se podía jugar al golf, tenis, boxeo, bolos y béisbol. Un juego directo, sencillo y divertido en el cual sacabas todo el partido al original mando. Así es como el pack en Occidente fue de consola, mando de Wii, el nunchuk, el sensor de movimientos, una base para la consola y el juego "Wii Sports".

A principios de 2007, Wii ya mandaba en el mercado. Pocas semanas después del lanzamiento Nintendo declaró que estaba desbordada por la demanda de la consola en todos los mercados, ya que en todos ellos logró récord histórico de la consola más vendida rápidamente en cada región. Más de 300.000 unidades se vendieron en 2 días en Europa, mientras que en EEUU se vendieron más de 600.000 en 8 días. En julio de 2007 ya se habían vendido unas 9 millones de Wii en todo el mundo⁸⁹.

Wii fue la gran triunfadora de la pasada generación de consolas (compitiendo contra Playstation 3 y Xbox 360), logrando que gente que no estaba interesada en los videojuegos, tuviera una Wii en el salón. En total, Wii vendió 101,17 millones de consolas en el mundo durante su ciclo de vida, convirtiéndose en la quinta consola más vendida de la historia. Respecto a PS3 logró 84,8 millones y Xbox 360, 84,5⁹⁰. Wii logró lo que desde un inicio se propuso, revolucionar el sector de los videojuegos con una jugabilidad más accesible a todo el mundo y una sencillez apta para todos los públicos. En octubre de 2013, Nintendo anunció que paraban la producción de Wii, acabando el ciclo de esta exitosa consola⁹¹.

En la **tabla nº 1** se han recopilado los 20 juegos más importantes y relevantes del catálogo de Wii. La tabla está ordenada por orden cronológico. La tabla recoge los mejores juegos según diversos tops realizados por revistas especializadas, opinión de los usuarios y un toque de opinión personal.

88 XATAKA. Fecha de lanzamiento y precio de Wii en Europa. <http://www.xataka.com/consolas-y-videojuegos/fecha-de-lanzamiento-y-precio-de-la-wii-en-europa> Fecha de la consulta: 19/02/2015

89 FINANCIAL TIMES (2007). Nintendo's Wii takes console lead. <http://www.ft.com/cms/s/0/51df0c84-6154-11dc-bf25-0000779fd2ac.html#axzz3SDkZES3o> Fecha de la consulta: 19/02/2015

90 VGCHARTZ. Platform totals. http://www.vgchartz.com/analysis/platform_totals/Hardware/Global/ Fecha de la consulta: 19/02/2015

91 MERISTATION (2013). Nintendo deja de fabricar la primera Wii. <http://www.meristation.com/nintendo-wii/noticias/nintendo-deja-de-fabricar-la-primera-wii/62/1917952> Fecha de la consulta: 19/02/2015

TABLA N° 1: Los 20 mejores juegos de Wii

<i>Wii Sports (2006)</i>	<i>Mario Kart Wii (2008)</i>
<i>Wii Play (2006)</i>	<i>Super Smash Bros Brawl (2008)</i>
<i>The Legend of Zelda: Twilight Princess (2006)</i>	<i>MadWorld (2008)</i>
<i>Wii Fit (2007)</i>	<i>Just Dance (2009)</i>
<i>Big Brain Academy (2007)</i>	<i>Super Mario Galaxy 2 (2010)</i>
<i>Super Mario Galaxy (2007)</i>	<i>Donkey Kong Country Returns (2010)</i>
<i>Metroid Prime 3: Corruption (2007)</i>	<i>Xenoblade: Chronicles (2010)</i>
<i>Super Paper Mario (2007)</i>	<i>The Last Story (2011)</i>
<i>No More Heroes (2007)</i>	<i>The Legend of Zelda: Skyward Sword (2011)</i>
<i>Zack & Wiki: En Busca del Tesoro Perdido (2007)</i>	<i>Rayman Origins (2011)</i>

Fuente: Elaboración propia

2.4 Otros casos de fenómenos sociales con videojuegos

El éxito de Wii es un factor clave en el posicionamiento e imagen renovada de los videojuegos en la sociedad de nuestros días, pero hay otros casos también muy a tener en cuenta para entender este cambio de visión generalizado.

Los Sims

Saga célebre de los videojuegos que se engloba dentro del género "second life", es decir, un simulador de vida donde controlas a un avatar y el objetivo es satisfacer sus necesidades y

hacerlo feliz desde que nace hasta que muere. “*Los Sims*” salió en el 2000 para PC, donde tuvo bastante éxito pero fue “*Los Sims 2*” (2004) y sus expansiones cuando revolucionó el mercado de los videojuegos. Sus dos primeras entregas han vendido más de 100 millones de copias, siendo el juego para PC más vendido de la historia⁹². Esta saga (que va por su cuarta entrega, lanzada en el año 2013) ha llegado a todos los estratos de la sociedad, sobre todo en el público femenino⁹³ (que recordamos que cada vez tiene mucha más presencia en el mundo de los videojuegos)⁹⁴.

Angry Birds

Popular juego de habilidad desarrollado por Rovio en 2009 para smartphones, tabletas y redes sociales que consiste en unos pájaros gruñones que deben derrotar a un ejército de cerditos verdes. Para ello, se tirarán contra ellos cual kamikazes mediante una catapulta. Pasaremos de nivel si eliminamos a los cerditos de cada nivel. Esta forma de jugar tan simple ha logrado convertir “*Angry Birds*” en un fenómeno social sin precedentes, ya que en 2012 logró las mil millones de descargas, pasando a ser la app más descargada de la historia para todas sus versiones⁹⁵. Su éxito ha sido tan brutal que a raíz del juego se han creado peluches, series de televisión, licencias y una película que se estrenará en 2016⁹⁶. Eso sí, desde hace ya unos meses se nota la decaída del juego a causa de la saturación de productos “*Angry Birds*” y la fugacidad de las modas^{97 98}.

Candy Crush Saga

El famoso juego desarrollado por la empresa King en 2012 consiste en un juego de puzles muy similar al tres en raya donde debemos completar niveles juntando golosinas y caramelos del

92 MERISTATION (2008). Los Sims venden más de 100 millones de juego en todo el mundo. <http://www.meristation.com/playstation-2/noticias/los-sims-venden-mas-de-100-millones-de-juegos-en-todo-el-mundo/1511009/1648445> Fecha de la consulta: 23/02/2015

93 BLOGMUJERES (2013). ¿Sabíais que “Los Sims” fue el primero juego en atraer verdaderamente a las mujeres? <http://blogmujeres.com/los-sims-primer-juego-en-atraer-a-las-mujeres/> Fecha de la consulta: 23/02/2015

94 EL CONFIDENCIAL (2014). Los cuatro videojuegos que triunfan entre mujeres. http://www.elconfidencialdigital.com/la_buena_vida/gadgets/videojuegos-triunfan-mujeres_0_2366763323.html Fecha de la consulta: 23/02/2015

95 ECETIA (2012). Angry Birds logra mil millones de descargas. <http://ecetia.com/2012/05/angry-birds-logra-mil-millones-de-descargas> Fecha de la consulta: 23/02/2015

96 LEVELUP (2014). Sony adelanta fecha de estreno de la película de Angry Birds. <http://www.levelup.com/noticias/298601/Sony-adelanta-fecha-de-estreno-de-pelicula-de-Angry-Birds> Fecha de la consulta: 23/02/2015

97 GESTIÓN (2014). Angry Birds: su vuelo al fracaso. <http://gestion.pe/tecnologia/angry-birds-su-vuelo-al-fracaso-2110321> Fecha de la consulta: 23/02/2015

98 VANDAL (2015). Los beneficios de Rovio caen en un 73%. <http://www.vandal.net/noticia/1350662168/los-beneficios-de-rovio-caen-en-un-73/> Fecha de consulta: 20/03/2015

mismo aspecto. Esta jugabilidad sencilla y atractiva ha conseguido que en un año de su lanzamiento se lograra la cifra de 500 millones de descargas en todo el mundo⁹⁹, tiene a fecha de 2014, 93 millones de usuarios y 1.085 millones de partidas al día¹⁰⁰. El tremendo éxito de este juego ha generado el debate de regularlo ya que provoca verdadera adicción¹⁰¹ y es muy usual ver a cualquier tipo de persona jugarlo en el metro o en el bus a través de sus tabletas o smartphones. A finales de febrero de 2015, "*Candy Crush*" salió en todas las noticias de los medios generalistas a causa de que la vicepresidenta primera del Congreso de los Diputados, Celia Villalobos, fue vista jugando a este juego en plena sesión del Debate del Estado de la Nación mientras Mariano Rajoy estaba compareciendo¹⁰². Aparte de que esta noticia ha servido como "publicity" al juego, demuestra que "*Candy Crush*" ha llegado a todo tipo de públicos.

FarmVille

Videojuego de tiempo real al estilo "second life", donde el jugador deber cuidar y mantener una granja virtualmente. Este juego desarrollado en 2009 por Zynga Studios solo se puede jugar si tiene perfil en Facebook y fue uno de los pioneros en el "boom" de los juegos sociales. El carácter comunitario de la propuesta hace que cuantos más amigos de Facebook se tenga como vecinos de la granja, más logros puedes acceder. Todo esto auspició a un éxito muy grande donde en 2010, 28 millones de personas jugaban diariamente¹⁰³. Su sucesor, "*CityVille*", también logró grandes éxitos. Pero a partir de 2013-14, "*FarmVille*" no goza de tanta popularidad a causa de las políticas de la empresa y el carácter de "spam" que tienen las notificaciones de sus juegos que molesta mucho a los no jugadores¹⁰⁴.

99 LA VANGUARDIA (2013). "Candy Crush", un fenómeno con 500 millones de descargas en un año. <http://www.lavanguardia.com/tecnologia/20131126/54394860040/candy-crush-fenomeno-millones-descargas-ano.html> Fecha de la consulta: 23/02/2015

100 EL PAÍS (2014). "Candy Crush" le da a su empresa el 78% de los ingresos. http://tecnologia.elpais.com/tecnologia/2014/03/13/actualidad/1394710633_043854.html Fecha de la consulta: 23/02/2015

101 ABC (2014). Así afecta Candy Crush a nuestro cerebro. <http://www.abc.es/ciencia/20140402/abci-afecta-candy-crush-nuestro-201404021011.html> Fecha de la consulta: 23/02/2015

102 EL MUNDO (2015). Celia Villalobos, pillada jugando al Candy Crush. <http://www.elmundo.es/espana/2015/02/24/54eccf64ca47414a488b4579.html> Fecha de la consulta: 03/03/2015

103 20 MINUTOS (2010). Farmville, el éxito de las granjas virtuales. <http://www.20minutos.es/noticia/624876/0/farmville/juego/facebook/> Fecha de la consulta: 23/02/2015

104 VADEJUEGOS (2013). Sequía en los campos de Farmville o el declive de los juegos sociales. <http://www.vadejuegos.com/noticias/sequia-en-los-campos-de-farmville-o-el-declive-de-los-juegos-sociales-20130420.html> Fecha de la consulta: 23/02/2015

Minecraft

El recién proclamado “juego indie más vendido de la historia”¹⁰⁵ es un juego creado por la empresa Mojang en 2009, pero no fue hasta 2011 que no alcanzó la popularidad que tiene ahora. El juego consiste en sobrevivir en un mundo abierto y enorme usando el ingenio y la creatividad del jugador. Es un juego que no limita la imaginación y se puede personalizar todo y que incita a jugarlo en compañía. Y todo con unos gráficos muy pixelados, pero a la vez identificativos. Es el videojuego más visto y comentado de Youtube, gracias al efecto de los “youtubers”. A partir del año 2014, Mojang fue adquirido por Microsoft, después de que la todopoderosa empresa pagara 2.500 millones de dólares para adquirirla¹⁰⁶. La revista digital de videojuegos “Meristation” hizo un reportaje muy interesante sobre “Minecraft”, explicando los inicios, evolución y estallido de éxito del videojuego¹⁰⁷.

2.5 Tabla cronológica de la historia de los videojuegos

TABLA N° 2: Hechos relevantes en la historia de los videojuegos

AÑO	ACONTECIMIENTO	VIDEOJUEGOS RELEVANTES
1889	Fundación de Nintendo (elaborando cartas)	
1952	Uso de la IA para entretener	OXO
1958		Tennis for Two
1962		Spacewars!

105 MUNDO DEPORTIVO (2014). Minecraft sigue batiendo récords de ventas. http://www.mundodeportivo.com/20140313/videojuegos/minecraft-sigue-batiendo-records-de-ventas_54403373621.html Fecha de la consulta: 23/02/2015

106 GIZMODO (2014). Microsoft compra Mojang, creadores de Minecraft, por \$2.500 millones. <http://es.gizmodo.com/microsoft-compra-mojang-creadores-de-minecraft-por-2-1634780434> Fecha de la consulta: 23/02/2015

107 MERISTATION (2014). El fenómeno Minecraft. <http://www.meristation.com/pc/reportaje/el-fenomeno-de-minecraft/1978010/58> Fecha de la consulta: 23/02/2015

1972	Ralph Baer crea la primera consola, Magnavox Fundación de Atari	<i>PONG (recreativa)</i>
1974	Nintendo entra en el sector del ocio digital	
1977	Atari 2600 (Atari)	
1978		<i>Space Invaders (A2600)</i>
1980	GAME & WATCH (Nintendo)	<i>PacMan (recreativa)</i>
1981		<i>Donkey Kong de Nintendo (recreativa)</i>
1983	Crisis del videojuego en EEUU Nintendo lanza la NES	
1985	Master System (Sega)	<i>Super Mario Bros (NES)</i>
1987		<i>The Legend of Zelda (NES)</i> <i>Final Fantasy (NES)</i>
1988	Megadrive (Sega)	
1989	GameBoy (Nintendo)	<i>Tetris (GB)</i>
1990	SNES (Nintendo) Empieza la edad de oro	<i>Super Mario World (SNES)</i>
1991		<i>Sonic the Hedgehog (Megadrive)</i> <i>The Legend of Zelda: A Link to the Past (SNES)</i>

1992		<i>Mortal Kombat (SNES)</i>
1993		<i>Doom (PC)</i>
1994	Sega Saturn (Sega) Playstation (Sony)	<i>Donkey Kong Country (SNES)</i> <i>Super Metroid (SNES)</i>
1995	El fracaso de Virtual Boy (Nintendo)	
1996	Nintendo 64 (Nintendo)	<i>Super Mario 64 (N64)</i> <i>Resident Evil (PS1)</i> <i>Tomb Raider (PS1)</i> <i>Fenómeno Pokémon (GB)</i>
1997		<i>Final Fantasy VII (PS1)</i> <i>Tekken 3 (PS1)</i>
1998	Dreamcast (Sega) GameBoy Color (Nintendo)	<i>The Legend of Zelda: Ocarina of Time (N64)</i> <i>Metal Gear Solid (PS1)</i>
2000	Empieza la era contemporánea Playstation 2 (Sony)	<i>The Legend of Zelda: Majora's Mask (N64)</i> <i>Final Fantasy IX (PS1)</i>
2001	Gamecube (Nintendo) GameBoy Advance (Nintendo) Xbox (Microsoft)	<i>Grand Theft Auto III (PS2)</i> <i>Halo (Xbox)</i>
2002		<i>The Legend of Zelda: Wind Waker (GC)</i> <i>Metroid Prime (GC)</i>

2003	GameBoy Advance SP (Nintendo)	<i>Metal Gear Solid 3: Snake Eater (PS2)</i> <i>Pokémon Rubí/Zafiro (GBA)</i>
2004	Nintendo DS (Nintendo) Playstation Portable (Sony)	<i>Grand Theft Auto San Andreas (PS2)</i> <i>Los Sims 2 (PC)</i> <i>World of Warcraft (PC)</i>
2005	Xbox 360 (Microsoft)	<i>Shadow of the Colossus (PS2)</i> <i>God of War (PS2)</i> <i>Brain Training (DS)</i> <i>Nintendogs (DS)</i> <i>Resident Evil 4 (GC)</i>
2006	Wii (Nintendo) Playstation 3 (Sony) "Boom" de los juegos sociales y cursa tecnológica	<i>Wii Sports (Wii)</i> <i>The Legend of Zelda: Twilight Princess (Wii)</i> <i>New Super Mario Bros (DS)</i> <i>Gears of War (X360)</i>
2007	Consolidación del juego online en consolas	<i>Super Mario Galaxy (Wii)</i> <i>Wii Fit (Wii)</i> <i>Call of Duty: Modern Warfare (PS3 y X360)</i> <i>Assassin's Creed (PS3 y X360)</i> <i>Halo 3 (X360)</i> <i>Bioshock (PC y X360)</i>
2009		<i>Uncharted 2: El Reino de los Ladrones (PS3)</i> <i>Angry Birds (PC y smartphones)</i> <i>Farmville (Facebook)</i> <i>Minecraft (PC)</i> <i>League of Legends (PC)</i> <i>Just Dance (Wii)</i>

2010	<p>La industria tiene más ingresos que cine y música</p> <p>Perfil de jugador cada vez más femenino</p>	<p><i>God of War III (PS3)</i></p> <p><i>Pokémon Blanco/Negro (DS)</i></p> <p><i>Kinect (X360)</i></p> <p><i>Playstation Move (PS3)</i></p>
2011	<p>Nintendo 3DS (Nintendo)</p> <p>PSP Vita (Sony)</p>	<p><i>The Elders Scrolls V: Skyrim (PC, PS3 y X360)</i></p>
2012	<p>Wii U (Nintendo)</p>	<p><i>Candy Crash Saga (PC y smartphones)</i></p>
2013	<p>Playstation 4 (Sony)</p> <p>Xbox One (Microsoft)</p> <p>Consolas como centro de ocio total</p>	<p><i>The Last of Us (PS3)</i></p> <p><i>Grand Theft Auto V (PS3 y X360)</i></p>
2014		<p><i>Destiny (PS4 y XOne)</i></p> <p><i>Super Smash Bros 4 y los Amiibo (WiiU y 3DS)</i></p>
2015	<p>Nintendo confirma la entrada en el mercado del videojuego para smartphones</p>	<p><i>Bloodborne (PS4)</i></p>

Fuente: Elaboración propia

3. ANTECEDENTES. CAMPAÑAS PREVIAS DE NINTENDO

Desde que Nintendo entró en el mercado del ocio electrónico ha recurrido a varias campañas de televisión, prensa y otros soportes. A lo largo de los años, Nintendo ha creado campañas que eran un vivo reflejo de lo que representaba la compañía en cada momento del tiempo. Éstas han ido evolucionando a medida que Nintendo lo hacía. Es por eso que, para entender la comunicación y la publicidad de la Wii, hace falta un análisis de las campañas que Nintendo llevó a cabo en los años previos. También se hará un pequeño hincapié a las de 3DS y Wii U, posteriores a Wii. En este análisis se estudiarán sobre todo spots y anuncios para TV, aunque también gráficas. La mayoría de las piezas analizadas provienen de Estados Unidos por varios motivos: hay más información disponible, hay más riqueza de contenido y el estilo de publicidad es la más usual, en contraposición con los anuncios japoneses, los cuales son más extravagantes.

3.1 You're Playing With Power: la primera gran campaña de Nintendo

Era 1985 y fue el lanzamiento de NES en Estados Unidos. Nintendo necesitaba una buena campaña para llamar la atención, ya que era su primera consola de sobremesa y la crisis de los videojuegos del 83 aún coleaba¹⁰⁸. La estrategia que Nintendo adoptó fue de posicionamiento y usó el poderío tecnológico como factor principal a transmitir. En ese momento no había máquina que la superara en potencia gráfica y por ello optó por el lema "Now You're Playing With Power" (Ahora estás jugando con poder). Esta campaña iba a dirigida principalmente a niños y adolescentes, donde la promesa era un gran poderío gráfico e inmersivo (como si fuera el mismo protagonista del videojuego) y una gran variedad de juegos y accesorios. El estilo de la publicidad es muy exagerado y es muy parecido a la que usan los anuncios de juguetes: situaciones donde se sobredimensiona el beneficio para impresionar a tu público objetivo (mayormente niños). Los **vídeos 1 y 2** ejemplifican la campaña "Now You're Playing With Power".



VÍDEO N°1: Now You're Playing With Power

https://www.youtube.com/watch?v=x3rPDZm_1rl

Fuente: YOUTUBE. Canal de Darksided.

Fecha: 26/01/2006

¹⁰⁸ Tema comentado en el apartado 2.1.1 en la página 8 de este trabajo.



VÍDEO N°2: 17 Best Old Nintendo Commercials

https://www.youtube.com/watch?v=v02WFh_Kdl0

Fuente: YOUTUBE. Canal de Alexandre Pereira.

Fecha: 15/04/2010

“Now You’re Playing With Power” fue una campaña muy exitosa vista la notoriedad que tuvo NES en territorio americano, además de que este lema ha quedado entre los jugadores más experimentados. Dado este éxito, Nintendo siguió la misma línea de comunicación para sus dos siguientes consolas: la SNES y la GameBoy. No sólo compartían casi mismo lema (“Now You’re Playing With Super Power” para SNES y “Now You’re Playing With Portable Power” para GameBoy) sino también estilo y tono de comunicación. Eran campañas coherentes con la de NES y contribuían a que el lema fuera aún más memorable y frase insignia de la compañía. En los **vídeos 3, 4 y 5** se pueden ver piezas sobre SNES y GameBoy durante sus primeros años de vida y donde los motivos tecnológicos y futuristas tienen mucho protagonismo, al tiempo que los targets proyectados que aparecen son adolescentes masculinos jugando.



VÍDEO N°3: 1991 Super Nintendo Commercial

<https://www.youtube.com/watch?v=Brl-A94aLfo>

Fuente: YOUTUBE. Canal de SwozyGustafsson.

Fecha: 20/06/2010



VÍDEO N°4: Super Nintendo Ad

<https://www.youtube.com/watch?v=1mVmFq4sc4k>

Fuente: YOUTUBE. Canal de ZeldaPower.com Videos.

Fecha: 28/08/2010



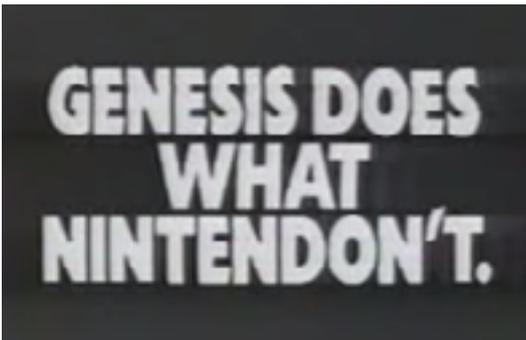
VÍDEO N°5: Nintendo GameBoy Commercial

<https://www.youtube.com/watch?v=8TI64McyYF4>

Fuente: YOUTUBE. Canal commercials818.

Fecha: 27/09/2006

Cabe destacar que, a principios de los años 90, Nintendo y Sega se disputaban el mercado de los videojuegos. Eso se reflejaba en las campañas de ambas compañías, donde se atacaban mutuamente. Una de las más incisivas fue la campaña de Sega llamada "We Do What Nintendon't" (Nosotros hacemos lo que Nintendo no hace, **vídeo 6**) pero Nintendo también contraatacaba con anuncios como el del **vídeo 7**, donde el narrador cuenta que "para qué ir al siguiente nivel si puedes ir años luz más allá". Un eslogan que utilizó Sega durante esos años fue "Welcome to the Next Level" el cual está claramente referenciado en la pieza del **vídeo 7**.



VÍDEO N°6: Sega Genesis does what Nintendon't

<https://www.youtube.com/watch?v=yIAA66rZTLI>

Fuente: YOUTUBE. Canal Kamineko99.

Fecha: 16/05/2006



VÍDEO N°7: Starfox Ad

<https://www.youtube.com/watch?v=TZk6zlnMolQ>

Fuente: YOUTUBE. Canal TurboDuo Power.

Fecha: 25/07/2008

3.2 El fracaso de Virtual Boy

En 1995, Nintendo sacó al mercado Virtual Boy, la consola con gráficos 3D de Nintendo. Para su lanzamiento, se realizó la pieza del **vídeo 8** en la que se destacaba lo futurista de la propuesta y la tecnología avanzada que disponía. Al final, Virtual Boy resultó ser un fracaso sonoro a pesar de los esfuerzos comerciales que se hicieron para evitarlo¹⁰⁹.

¹⁰⁹ Más información sobre Virtual Boy en el punto 2.2.4 en la página 20 de este trabajo



VÍDEO N°8: Virtual Boy Commercial #1

<https://www.youtube.com/watch?v=FhbpBMzjE1A>

Fuente: YOUTUBE. Canal Nintendoland124.

Fecha: 03/06/2008

3.3 Play It Loud!: irreverente y desenfadada

A partir de 1994, Nintendo adoptó un giro en la comunicación de sus consolas. A raíz de la dura competencia con Sega y el posterior fracaso de Virtual Boy y la aparición de Sony en el mercado, Nintendo vio que necesitaba revitalizar la imagen de la Super Nintendo y la GameBoy. La compañía contrató a la agencia Leo Burnett para hacer este giro de comunicación y la campaña resultante fue "Play It Loud!" (¡Juégallo fuerte!). En esta campaña se dejó de lado los factores tecnológicos y poderío gráfico de las consolas y se apostó por enfocar la publicidad hacia un ámbito más social e identificativo. En las piezas de los **vídeos 9, 10 y 11** y en la **imagen 1** se observa cómo el tono en general es más irreverente, desenfadado y que enaltece la rebeldía juvenil. Fue una comunicación que celebraba la diferencia, que en ese entonces era la corriente principal de los jóvenes. También se ve un target algo más mayor, más joven y no tan adolescente, a la vez que aparecen por primera vez chicas jugando. En resumen, esta campaña fue más social e integraba tanto niños como a jóvenes de ambos sexos, ampliando el público objetivo. Además, ofrecía una comunicación más afín al público al que se dirigía y por ello se sentía más identificado.



VÍDEO N°9: Super Nintendo "Play It Loud" commercial

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

Fuente: YOUTUBE. Canal GeorgeVHS.

Fecha: 10/03/2013



VÍDEO N°10: SNES Tattoo Parlor TV Commercial Play It Loud Series

<https://www.youtube.com/watch?v=J2Q85E8RNWI>

Fuente: YOUTUBE. Canal DigThatBoxRETRO.

Fecha: 21/07/2014



VÍDEO N°11: Nintendo GameBoy – Play It Loud! TV Ad

https://www.youtube.com/watch?v=_XcuL5wyH8M

Fuente: YOUTUBE. Canal Recorded Gameplay.

Fecha: 03/02/2013



IMAGEN N°1: What Color is Yours?

<https://martianoddiy.wordpress.com/category/video-game-ads-2/page/3/>

Fuente: MARTIANODDITY

3.4 Get N Or Get Out y Get Into It: publicidad cada vez más madura

Para las siguientes consolas de Nintendo hubo su respectivo cambio de campaña. Tanto para Nintendo 64 como para la revisión de la GameBoy, la GameBoy Color tuvieron campañas parecidas donde sus lemas animaban al receptor y consumidor a formar parte de su grupo y la comunidad Nintendo. "Get N Or Get Out"

(O entras o te vas) para la N64 y "Get Into It" (Ves hacia ello) para GB Color son eslóganes que invitan a la acción. En el caso de la N64, se ve una publicidad más madura, donde cuentan historias. Hay algo más que la presentación del juego o una consola e informar de sus prestaciones técnicas. Anuncian los juegos con una historia y normalmente, con sentido del humor. También hay un gran protagonismo al hecho de poder jugar 4 personas en una misma consola. Además, se ve un target proyectado más mayor de edad. En los **vídeos 12 y 13** vemos un recopilatorio

de anuncios de Nintendo 64 donde se ven estas características.



VÍDEO N°12: Nintendo 64 Commercials

https://www.youtube.com/watch?v=Dibbc_7KMGU

Fuente: YOUTUBE. Canal peppardb.

Fecha: 31/12/2011



VÍDEO N°13: Top 10 Nintendo 64 Commercials

<https://www.youtube.com/watch?v=39x1AudxRKs>

Fuente: YOUTUBE. Canal The Orange Brain.

Fecha: 01/12/2014

Respecto a la GameBoy Color, hubo la campaña "Get Into It". Después de alguna pieza presentando la nueva revisión de la GameBoy como el **vídeo 14**, hubo una serie de anuncios donde bajo el lema "Get Into It" aparecían personajes de los juegos que estaban siendo anunciados interaccionando con la consola portátil. Después, salían unos labios en dibujos animados de la pantalla y gritaban el lema. En el **vídeo 15** hay una recopilación de estos anuncios. No se puede olvidar el fenómeno que impulsó las ventas tanto de GameBoy como de GameBoy Color: el fenómeno Pokémon. En el **vídeo 16** hay un anuncio dedicado a todos aquellos que quieren ser un Maestro Pokémon.



VÍDEO N°14: Game Boy Color Debut Commercial

<https://www.youtube.com/watch?v=cn3EAVpOdro>

Fuente: YOUTUBE. Canal cljustice.

Fecha: 02/03/2007



VÍDEO N°15: Nintendo Time Capsule Game Boy Color Get Into It!

<https://www.youtube.com/watch?v=V84M6224HIU>

Fuente: YOUTUBE. Canal Gamesradar Archive Channel.

Fecha: 21/10/2012



VÍDEO N°16: Pokémon Gold & Silver (Nintendo Game Boy Color)

<https://www.youtube.com/watch?v=j3u0-c7JcNA>

Fuente: YOUTUBE. Canal VideGameAds.

Fecha: 11/12/2012

3.5 GameCube y GBA: comunicación más integrada

En el caso de las consolas GameCube y GameBoy Advance, en cada país tuvo su campaña por su cuenta. Esto hizo que según el país hubiera campañas diferentes con su propio eslogan.

En una nota de prensa del año 2001, Nintendo reveló el plan de marketing para la GameCube¹¹⁰ en Estados Unidos. Según la nota de prensa oficial, la campaña fue "totalmente integrada" y tuvo un coste de 75 millones de dólares. Este plan incluyó spots de televisión, como el del **vídeo 17**, campañas virales, patrocinios (con Dr. Pepper o Sunny Delight) y gráficas en más de 50 publicaciones y revistas. La campaña "se concentra en lo que Nintendo hace mejor: los videojuegos" y la estrategia central de la campaña fue "lograr que sea lo más fácil posible para los jugadores que tengan los exclusivos e impresionantes juegos de Nintendo". En la nota de prensa también se menciona un concurso llamado "What Would You Do For a Nintendo Gamecube?" (¿Qué harías tú por una Nintendo Gamecube?), donde se retaba a los fans de Nintendo a hacer cualquier cosa para conseguir una Gamecube, un lote de juegos y 5000 dólares. El ganador fue un chico de Texas que se pintó de azul, se rapó y se puso una hoja en la cabeza para disfrazarse de la criatura Pikmin del juego "*Pikmin*" (2001) y luego se comió un cuenco de gusanos y grillos¹¹¹.

¹¹⁰ GAMECUBICLE (2001). Nintendo's Gamecube Marketing Plans. http://www.gamecubicle.com/news-nintendo_gamecube_marketing.htm Fecha de consulta: 17/03/2015

¹¹¹ YOUTUBE (2014). Canal de DidYouKnowGaming?. Gamecube – Did You Know Gaming? Feat. SpaceHamster. <https://www.youtube.com/watch?v=ST0dvzT1y28> Fecha de consulta: 17/03/2015

La campaña de televisión que se llevó a cabo en Inglaterra se titulaba "Life's A Game". En esta campaña (**vídeo 18**) se ve cómo los protagonistas están totalmente inmersos en los juegos cuando entran en el cubo transparente. Es una metáfora indicando que la consola (que tiene forma de cubo) es el centro de entretenimiento total.



VÍDEO N°17: StarFox Assault – GameCube Video Game TV Commercial

<https://www.youtube.com/watch?v=wTw14ODdvr0>

Fuente: YOUTUBE. Canal DigThatBoxRETRO.

Fecha: 14/03/2013



VÍDEO N°18: Nintendo GameCube Advertisements 2002

<https://www.youtube.com/watch?v=dGJz5ZYVW0>

Fuente: YOUTUBE. Canal GameRoomDX.

Fecha: 12/11/2013

Respecto a la GameBoy Advance, tuvo anuncios espectaculares como se ve en los **vídeos 19 y 20**. Pero más allá de eso, las campañas de GBA no destacaron por introducir algún concepto nuevo en la publicidad de Nintendo o por la originalidad de su propuesta.

De hecho, lo más destacable de GameBoy Advance y su aportación al marketing ocurrió en España. En abril del año 2004 salió en exclusiva para el mercado español la "GameBoy Advance SP Girls Edition"¹¹², una GBA SP que se diferenciaba de las otras por tener la carcasa rosa palo. El lanzamiento de este nuevo color para la consola fue a raíz de un estudio de mercado realizado por Nintendo España, donde se indicaba que la consola favorita de las niñas era la GBA SP. Los objetivos de hacer la portátil rosa era aumentar el "love brand" y la fidelidad hacia Nintendo, y atraer a nuevas jugadoras. Es la primera vez que se lanzaba una consola especialmente dirigida al público femenino. En el **vídeo 21** se ve el spot que presentaba la "GameBoy Advance SP Girls Edition". Esta acción tuvo bastante éxito y el resto de países empezaron a comercializarla en las Navidades de 2004.

¹¹² EL OTRO LADO (2004). Nintendo España presenta GameBoy Advance SP Girls Edition. http://www.elotrolado.net/hilo_nintendo-espana-presenta-la-game-boy-advance-sp-girls-edition_280715 Fecha de consulta: 17/03/2015



VÍDEO N°19: GameBoy Advance Commercial

<https://www.youtube.com/watch?v=EvK4HA9qKzc>

Fuente: YOUTUBE. Canal :: Tr0d ::

Fecha: 05/08/2006

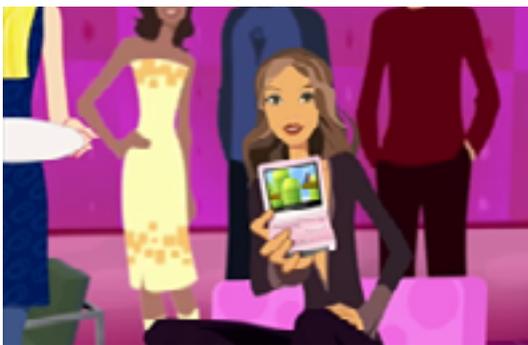


VÍDEO N°20: Golden Sun TV Ad

<https://www.youtube.com/watch?v=IOvwdVp8Fvo>

Fuente: YOUTUBE. Canal Xophon

Fecha: 09/12/2006



VÍDEO N°21: Spot 20" Nintendo GameBoy Advance SP Girls Edition 2004

https://www.youtube.com/watch?v=rA2w_qanuBA

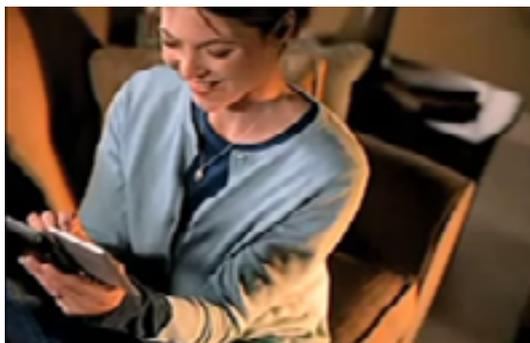
Fuente: YOUTUBE. Canal Pablo Gil.

Fecha: 03/05/2009

3.6 Nintendo DS: la pantalla táctil y los famosos

Nintendo DS tuvo dos campañas diferenciadas a lo largo de su vida. Los primeros años (del 2004 al 2006) tuvo la campaña llamada "Touching is Good" (Tocar es bueno). A partir del 2006 hacia adelante sus anuncios eran de tipo testimonial, donde varias caras conocidas del mundo del espectáculo jugaban con la consola portátil.

La campaña "Touching Is Good" se enfocaba principalmente en mostrar la revolucionaria pantalla táctil de la consola para jugar, además de sus opciones de jugar online y el micrófono. Las piezas que se ven en el **vídeo 22** quieren remarcar el poder y la precisión que se tiene al jugar con una pantalla táctil. Además, destaca el gran rango de edades que se ven en los anuncios, desde niños jugando a "Nintendogs" (2005) hasta adultos ejercitando su mente en "Brain Training" (2005), demostrando que Nintendo quería atraer nuevos jugadores y jugadoras de todas las edades. También se observa una mayor cantidad de mujeres protagonizando los anuncios, algo que en el futuro próximo se acentuaría.



VÍDEO Nº22: Early Nintendo DS Commercials

<https://www.youtube.com/watch?v=1QLIAOY8bfk>

Fuente: YOUTUBE. Canal BigDogJang0.

Fecha: 04/12/2011

Este concepto de "Touching Is Good" también se llevó a cabo en gráfico, como se ve en la **imagen 2**, haciendo este anuncio muy al estilo Volkswagen Beetle de Bernbach. Una pieza gráfica con mucho texto y la imagen del producto. El texto tuvo que ser cambiado más adelante por su mensaje ambiguo y de fácil malinterpretación.

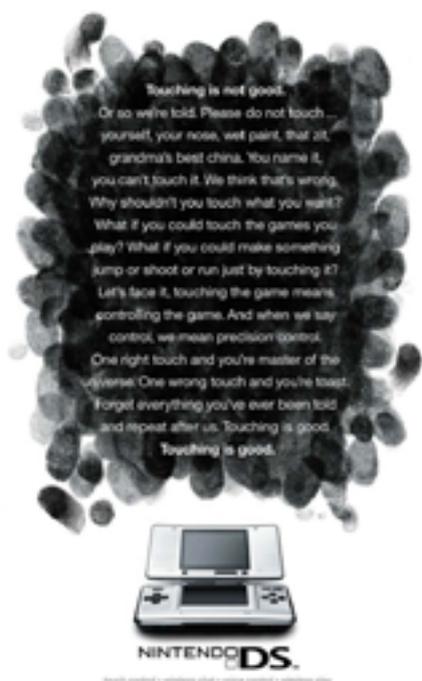


IMAGEN Nº2: Touching is Good

<http://nerdmentality.com/article/473/touching-is-good-ad/#comments>

Fuente: NERDMENTALITY

El texto dice: "Tocar no es bueno. O eso nos dicen. Por favor, no te toques a ti mismo, tu nariz, pintura fresca, ese grano, el mejor jarrón de la abuela. Da igual el qué, no puedes tocarlo. Nosotros pensamos que eso está mal. ¿Por qué no deberías tocar lo que te gusta? ¿Y si pudieras tocar los juegos que juegas? ¿Y si pudieras

hacer que algo saltara, disparase o corriera con solo tocarlo? Afrontémoselo, tocar el juego significa controlar el juego. Y cuando decimos control, nos referimos a control preciso. Un buen toque y eres el amo del universo. Un mal toque y estás frito. Olvida todo lo que sabías y repite después de nosotros. Tocar es bueno. Tocar es bueno".

A partir del año 2006, la pantalla táctil dejó de ser una novedad y empezó a ser muy usual ver celebridades del mundo del espectáculo protagonizando las campañas, convirtiendo los anuncios de la DS en publicidad testimonial. Destacar que hubo más presencia de famosas mujeres adultas, con la intención de comunicar que cualquiera puede pasárselo bien jugando a la DS y que no es solo para niños y jóvenes. También se quería mostrar que jugar a la DS es "cool" y una

tendencia entre las "celebrities". En los **vídeos 23, 24, 25, 26 y 27** se ven unos ejemplos de ello.



VÍDEO N°23: Nicole Kidman & her Nintendo DS Lite Advert

<https://www.youtube.com/watch?v=SttkU-8UWQE>

Fuente: YOUTUBE. Canal RenChi.com.

Fecha: 26/06/2007



VÍDEO N°24: Liv Tyler – Nintendo DS 2009 commercial

<https://www.youtube.com/watch?v=ZIQk5N4i74k>

Fuente: YOUTUBE. Canal Liv Tyler Fan.net.

Fecha: 09/10/2009



VÍDEO N°25: Anuncio Nintendo DS Rhythm Paradise: Beyoncé Knowles

<https://www.youtube.com/watch?v=AG02p3i0e9Q>

Fuente: YOUTUBE. Canal Tvspotblog1.

Fecha: 10/06/2009



VÍDEO N°26: NINTENDO Estopa Mario Kart

<https://www.youtube.com/watch?v=kFy01HnxoK8>

Fuente: YOUTUBE. Canal Tvspotblog1.

Fecha: 22/07/2008



VÍDEO N°27: Amparo Baró y el profesor Layton en su camerino

<https://www.youtube.com/watch?v=ibmbyUoMk70>

Fuente: YOUTUBE. Canal MisSferula.

Fecha: 23/12/2009

3.7 El éxito de 3DS y los errores de Wii U

Los primeros anuncios y gráficas para Nintendo 3DS destacaban sobre todo la función de pantalla 3D sin gafas, que es la gran novedad a anunciar, y la capacidad de inmersión en el juego como la **imagen 3**. Poco después, se volvieron a usar anuncios testimoniales con famosos jugando. En los **vídeos 28, 29 y 30** se ven ejemplos de famosos anunciando la consola, desde Robin Williams hasta David Bustamante, que protagoniza diversos anuncios junto a su mujer Paula Echeverría. En el caso de España, otros famosos que han aparecido anunciando la consola son Andreu Buenafuente, las hermanas Cruz, Dianna Agron, Eduard Punset...



VÍDEO N°28: Robin Williams Commercial Nintendo 3DS

<https://www.youtube.com/watch?v=0fBKjjgkMHM>

Fuente: YOUTUBE. Canal EliteGamer.

Fecha: 16/06/2011

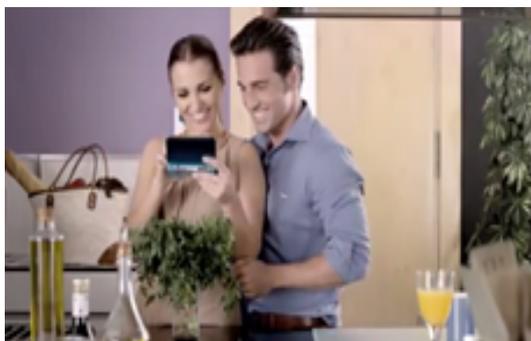


VÍDEO N°29: Penélope y Mónica Cruz Anuncio para TV – Nintendo 3DS

<https://www.youtube.com/watch?v=DTLweyxZ3sY>

Fuente: YOUTUBE. Canal EliteGamer.

Fecha: 18/08/2012



VÍDEO N°30: Nintendo 3DS Paula y David – spot “Revancha”

<https://www.youtube.com/watch?v=KrLPa-N228s>

Fuente: YOUTUBE. Canal DNP Comunicacion.

Fecha: 05/02/2013



IMAGEN N°3: Less Virtual, More Reality

<https://digitalnipples.wordpress.com/2011/03/08/the-first-nintendo-3ds-print-ad/#comments>

Fuente: DIGITALNIPPLES

En cuanto a Wii U, la campaña principal americana está enfocada en la familia. Como se ve en los **vídeos 31 y 32**, el protagonismo recae sobre niños explicando a sus padres porqué hay que comprar la Wii U. Se quiere posicionar la Wii U como el nuevo centro de ocio familiar. En el **vídeo 33** se muestra la campaña inglesa donde el protagonismo recae sobre las nuevas funcionalidades de Wii U, como su mando con pantalla. En el caso

español ha habido poca cobertura en los medios de Wii U respecto a otras consolas¹¹³. Solo es posible ver anuncios de la Wii U en canales temáticos infantiles y poco más, además de una política errónea hacia los famosos "youtubers" que hacen "gameplays"¹¹⁴ (vídeos donde el "youtuber" juega a un videojuego mientras lo comenta y luego lo sube a la red social).



VÍDEO N°31: Parents! Moneybags! Watch kids pitch a Nintendo Wii U

<https://www.youtube.com/watch?v=dYywAP6Tb9E>

Fuente: YOUTUBE. Canal Cubed3.

Fecha: 14/11/2013



VÍDEO N°32: Wii U Mario Kart 8 Family Time Commercial

https://www.youtube.com/watch?v=-_cXEgUCs9c

Fuente: YOUTUBE. Canal Nintendo Family Channel.

Fecha: 24/11/2014

¹¹³ NINTENDEROS (2015). La mala publicidad de Wii U. <http://www.nintenderos.com/2015/01/articulo-la-mala-publicidad-de-wii-u/> Fecha de consulta: 19/03/2015

¹¹⁴ MERISTATION (2015). Nintendo limita los juegos que podrán mostrar los youtubers. <http://www.meristation.com/nintendo-3ds/noticias/nintendo-limita-los-juegos-que-podran-mostrar-los-youtubers/1160/2039670> Fecha de consulta: 19/03/2015



VÍDEO N°33: What is Wii U? All Commercials

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

Fuente: YOUTUBE. Canal NintenDaanNC.

Fecha: 21/11/2012

También cabe destacar una acción de Street marketing que llevó a cabo Nintendo América, tanto por su ejecución como por su excepcionalidad. Para celebrar El Año de Luigi (fue en 2013 y celebraba el 25 aniversario del hermano de Mario, Luigi), Nintendo decoró y pintó toda la línea de tren "L" de Chicago con motivos del personaje, tal y como se ve en la **imagen 4**. Además, en la estación central Clark/Lake de esa misma línea, se instalaron televisores y Wii U para que los pasajeros pudieran jugar en la misma estación. Una acción de gran presupuesto y que llamó la atención de los medios generalistas¹¹⁵.



IMAGEN N°4: #LuigiAndMe

<https://twitter.com/NintendoAmerica/status/366950742965223425/photo/1>

Fuente: TWITTER. Cuenta Nintendo of America.

Pero desde el mismo lanzamiento de Wii U, muchos analistas y expertos han identificado varios problemas de marketing de Wii U que se han mantenido a lo largo de estos últimos años y que Nintendo debería solucionar. Como se ve en el **vídeo 34**, algunos expertos han dicho la suya respecto los problemas de Wii U. Entre los errores más relevantes que se han identificado son el nombre¹¹⁶, la falta de apoyo de compañías para que desarrollen juegos, la poca evolución en las opciones online, el precio¹¹⁷ o la mala comunicación de sus anuncios¹¹⁸. Según los expertos, mucha gente aún cree que el mando de Wii U es un ac-

115 HUFFINGTON POST (2013). Luigi Train in Chicago: Super Mario Brother's Day. http://www.huffingtonpost.com/2013/08/13/luigi-train-chicago_n_3749608.html Fecha de consulta: 19/03/2015

116 VIDA EXTRA (2014) Dan Adelman: "El nombre de Wii U ha reducido las ventas a la mitad" <http://www.vidaextra.com/respuestas/dan-adelman-el-nombre-de-wii-u-ha-recortado-las-ventas-a-la-mitad> Fecha de consulta: 19/03/2015

117 MERISTATION (2015). Nintendo reconoce que la Wii U es cara. <http://www.meristation.com/nintendo-wii-u/noticias/nintendo-reconoce-que-wii-u-es-cara/1365/2051342> Fecha de consulta: 19/03/2015

118 ABOUT TECH (2014). Nintendo's Seven Biggest Wii U Marketing Mistakes. <http://nintendo.about.com/od/wiiliving/tp/Nintendos-Seven-Biggest-Wii-U-Marketing-Mistakes.htm> Fecha de consulta: 19/03/2015

cesorio caro de la Wii y no una consola aparte, como también no se ha sabido justificar bien la razón de compra.



VÍDEO N°34: Nintendo Needs to Improve Their Marketing in 2014

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

Fuente: YOUTUBE. Canal NintenDaanNC.

Fecha: 21/11/2012

3.8 Nintendo: finales 2014 – principios 2015

Durante ese período se han dedicado a anunciar las últimas revisiones de las consolas como la New Nintendo 3DS y sus accesorios tanto en Japón con Kyrary Pamyu Pamyu, una famosa artista pop nipona (**vídeo 35**), como en el resto del mundo (**vídeo 36**), donde se enseñan las novedades de esta revisión.

En cuanto a juegos, se han hecho anuncios en la misma línea que los vistos anteriormente, siendo "Super Smash Bros U" (2014, **vídeo 37**) el juego con más repercusión. También ha habido anuncios para mostrar las figuritas "Amiibo" (**vídeo 38**). Finalmente, a modo curiosidad, Nintendo llevó una acción para felicitar a las mujeres por ser el día de la Mujer Trabajadora (**imagen 5**), mostrando sus personajes femeninos diciendo el famoso lema feminista "We Can Do It!".



VÍDEO N°35: New Nintendo 3DS Kyary Pamyu Pamyu

<https://www.youtube.com/watch?v=9MpQSvaduzk>

Fuente: YOUTUBE. Canal Nintendo Japón.

Fecha: 28/09/2014



VÍDEO N°36: New Nintendo 3DS XL Features Commercial Trailer

<https://www.youtube.com/watch?v=573ogiMXmD0>

Fuente: YOUTUBE. Canal MKIceAndFire.

Fecha: 13/02/2015



VÍDEO N°37: Super Smash Bros Wii U TV

Commercial

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

Fuente: YOUTUBE. Canal Nintendo.

Fecha: 10/11/2014



VÍDEO N°38: Tu amiibo. Tu aliado

<https://www.youtube.com/watch?v=ElhXBiAwI-M>

Fuente: YOUTUBE. Canal Nintendo España.

Fecha: 19/11/2014



IMAGEN N°5: We Can Do It!

<http://www.thetanooki.com/2015/03/17/nintendo-celebrates-womens-history-month-with-some-of-their-favorite-leading-ladies/>

Fuente: THETANOOKI.COM

4. ANÁLISIS DE LA CAMPAÑA DE COMUNICACIÓN Y DE MARKETING DE WII

Tal y como se ha visto, Nintendo ha hecho campañas de publicidad desde que entró en el negocio de los videojuegos, con una comunicación que ha ido variando según la época en que se situaba. Pero la campaña más efectiva que ha realizado nunca ha sido para su consola Wii.

Tal y como se ha apuntado en el marco teórico, la Wii procede de una situación algo delicada de Nintendo, porque su consola Gamecube fue superada ampliamente por la competencia. Por ello, quisieron ofrecer algo diferente y único con su próxima consola y, en palabras de Miyamoto (director creativo de Nintendo), crear una consola que agradara a las mamás del mundo.

Nintendo DS ya demostró que había mucho público potencial que estaría dispuesto a jugar videojuegos. Se notó cuando mujeres y personas ya mayores utilizaban la DS para jugar con juegos sencillos y funcionales. Y para la Wii, Nintendo apostó por ese tipo de público más casual. Pero mientras DS ofrecía pantalla táctil, la Wii daba la oportunidad de moverse mientras se juega. El mando no tenía tantos botones y el simple hecho de mover y apuntar a la pantalla era algo que todo el mundo podía entender.

Es por eso que toda la gigantesca campaña de marketing para apoyar Wii giró alrededor de este beneficio tan único: moverse mientras se juega. Nintendo lo apostó todo con Wii y fue una apuesta arriesgada (y más aún después del relativo fracaso de la predecesora Gamecube), pero finalmente confirmó Wii como el centro de ocio digital de la familia en muchos hogares de todo el mundo con un éxito enorme.

El análisis del éxito de Wii se hará examinando cada una de las P que compone el marketing mixto (producto, precio, distribución y promoción), para profundizar en los aspectos más relevantes con el fin de entender el éxito de Wii desde un punto de vista marketiniano.

El producto

Wii fue la consola técnicamente menos potente en comparación con la competencia (mientras que PS3 y Xbox 260 tenían 3,2 GHz de potencia, la Wii sólo 729 MHz). Además, la resolución llegaba a los 480p como mucho, mientras que las otras alcanzaban los 1080p. Otra opción interesante era la retrocompatibilidad con los juegos de GameCube.

Wii permitía la conexión a Internet para realizar múltiples cosas: navegar por Internet, ir a la tienda online para descargarse juegos antiguos, actualizaciones y, en algunos juegos, jugar online.

A pesar de tener un online bastante limitado en opciones, hubo juegos como *"Mario Strikers Charged Football"* (2007) y *"Mario Kart Wii"* (2008) que le sacaron bastante partido.

Una de las opciones estrellas que ofrecía Wii era la de crear "Miis". Los Miis son avatares virtuales que los jugadores crean. Estos simpáticos avatares eran personalizables para crear una representación del jugador o de quien quisiera. "Mii" proviene de la palabra inglesa "me", que significa "yo". Los Miis servían como avatar en los juegos, pero en algunos se podían controlar y se convertían en un personaje más como en *"Wii Sports"* (2006), *"Mario Kart Wii"* (2008), *"Pro Evolution Soccer 09"* (2009), *"Mario Party 9"* (2012)...

La Wii destacaba especialmente por su hardware y diseño de la consola y mando. La consola era la más pequeña y ligera de la generación, además de tener un aspecto muy estilizado y moderno. Pero donde realmente estaba la clave del éxito de Wii fue en su mando. El "Wiimote" era un mando rectangular con detección de movimiento y la habilidad de apuntar en la pantalla. Además, se conectaba a la consola vía Bluetooth, por lo que no había cables. El Wiimote permitía jugar moviendo el mando o adoptando posturas determinadas con tan solo una mano (aunque también se podía coger horizontalmente y jugar cual mando de la NES). Todo esto era posible gracias a la barra sensor que se conectaba a la Wii. Funcionaba con dos pilas AA y tenía una correa de seguridad para evitar lanzar el mando accidentalmente.

Además, en algunos juegos, se requería el uso del "Nunchuk", un mando secundario que se conectaba al Wiimote donde había una palanca de control y dos botones más. En 2010, Nintendo lanzó el accesorio "Wii Motion Plus", un elemento que mejoraba considerablemente la captación de posturas y la precisión de movimientos complejos.

El mando de Wii era muy versátil y se adaptaba a cualquier tipo de juego. Es por eso que hubo un gran número de accesorios y complementos para el mando, destinados a lograr una mejor simulación. Por ejemplo, para *"Mario Kart Wii"* se lanzó un accesorio en forma de volante, donde se colocaba el Wiimote y se jugaba moviendo el volante, logrando una mayor inmersión. Otros accesorios que se crearon para el Wiimote fue el "Wii Zapper" (para juegos de disparos en primera persona), "Wii Balance Board" (para el juego *"Wii Fit"* y hacer ejercicios) o "Wii raqueta" (para juegos donde haya minijuegos de tenis) y muchos más... Todo esto hizo que cualquier persona pudiera coger el mando e intuitivamente se moviera para controlar al personaje, una cosa

que cualquiera puede entender sin necesidad de multitud de botones y palancas en los mandos. Esta sencillez de mando fue la clave a que más gente se lo pasara bien frente a un televisor.

Fue a raíz del éxito de la detección de movimientos para jugar y mover el cuerpo cuando la competencia también sacó accesorios para conseguir detección de movimiento. Así, Sony lanzó el "PlayStation Move" (2010) y Microsoft lanzó el "Kinect" (2010), ambos intentos para arrebatarse mercado casual a la Wii (la cual cosa, no lograron)^{119 120}.

TABLA Nº 3: DAFO de la Wii en sus inicios

Fortalezas	Debilidades
<ul style="list-style-type: none"> • El Wiimote y el control de movimientos • Precio asequible • Variedad de juegos para todo el mundo • Diversidad de accesorios a elegir • Nintendo, empresa veterana que confiere seguridad y experiencia en el sector 	<ul style="list-style-type: none"> • Menor potencia gráfica, baja memoria interna • Juego online pobre • Discreto apoyo de las desarrolladoras third
Oportunidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none"> • Público potencial enorme • Nuevas formas de jugar • Promover el juego saludable 	<ul style="list-style-type: none"> • La competencia se apunte a la tendencia del control de movimientos • Posible bajada de precios de las consolas de la competencia • Situación económica difícil

Fuente: Elaboración propia

El precio

La Wii dio muchos ingresos a Nintendo por las altas ventas que consiguió a lo largo de su ciclo

¹¹⁹ HIPERTEXTUAL (2012). Sony Move ¿Fracaso o medio éxito para Sony? <http://hipertextual.com/archivo/2012/03/sony-move-fracaso-o-medio-exito-para-sony/> Fecha de la consulta: 23/02/2015

¹²⁰ PORTALTIC. Kinect vive su peor momento. <http://www.europapress.es/portaltic/videojuegos/noticia-kinect-vive-peor-momento-reunira-cielo-mega-cd-20140522160850.html> Fecha de la consulta: 23/02/2015

de vida (101,7 millones de unidades en todo el mundo¹²¹). Pero los enormes beneficios se obtuvieron gracias a que los componentes de la Wii eran más baratos que los de la competencia y el hardware utilizado era mucho más simple. Esto permitió tener un margen de beneficio muy alto a lo largo de toda su vida. En la **tabla nº4** podemos ver los precios de lanzamiento de cada una de las 3 consolas de la generación (Wii, PlayStation 3 y Xbox 360).

TABLA Nº 4: Precios de lanzamiento de las consolas de la generación

			
Nombre	Wii	Playstation 3	Xbox 360
Fecha de lanzamiento	19 Noviembre 2006 (EEUU) 2 Diciembre 2006 (JP) 8 Diciembre 2006 (EU)	11 Noviembre 2006 (JP) 17 Noviembre 2006 (EEUU) 23 Marzo 2007 (EU)	22 Noviembre 2005 (EEUU) 2 Diciembre 2005 (EU) 10 Diciembre 2005 (JP)
Precio de lanzamiento de las versiones estándar	249,99 € 249,99 \$ 25.000 ¥	599,99 € 599,99 \$ 59.980 ¥	399,99 € 399,99 \$ 39.795 ¥
Accesorios incluidos en el pack inicial	Consola Juego Wii Sports Wiimote + Nunchuck Sensor de movimientos	Consola Mando Sixaxis Cable Ethernet	Consola Mando Auriculares Cable Ethernet

Fuente: Elaboración propia. Información sacada de Vandal, Meristation y páginas oficiales de las compañías.

Como vemos en la **tabla nº 4**, Wii tuvo un precio de salida mucho más asequible en todos los mercados gracias a los bajos costes de fabricación y eso le ayudó a tener las ventas que obtuvo en un principio. Además, PS3, que salió casi en las mismas fechas, era una consola mucho más cara que las demás, que le comportó unos primeros meses muy difíciles a Sony^{122 123}. Por otra parte, el precio de Wii incluía el juego Wii Sports (excepto en Japón) donde el comprador ya tenía algo con qué jugar y además era un buen juego para mostrar la novedad de Wii, ya que el mando actuaba como palo de golf, bate de beisbol o puños de boxeo, entre otros.

Por otra parte, era una consola muy interesante para las desarrolladoras porque programar juegos para la Wii era mucho más barato que en las demás consolas, dando oportunidades a las compañías de crear juegos sencillos y adictivos, pero muy rentables. Se destaca que la Wii fue la consola de moda del momento y por lo tanto mucha gente la tenía y era un factor muy a tener en cuenta. Según palabras del presidente de Nintendo of America en 2007 Reggie Fils-Aime: "Desarrollar un juego para Wii cuesta entre 5 y 10 millones de dólares de media, incluyendo los costes de marketing. En cambio, desarrollar un juego en PS3 o X360 cuesta entre 20 y 50 millones de dólares de media"¹²⁴.

En resumen, los bajos costes de fabricación y programación permitió vender la Wii a un precio asequible y con un buen margen de beneficio, además de que los precios de las competidoras eran sensiblemente más elevados y tuvo esta ventaja competitiva desde el principio.

La distribución

La distribución de la Wii fue en los canales usuales en este tipo de productos. La Wii se distribuyó en los puntos de venta más comunes, como tiendas de videojuegos especializados (Game, GameStop...), tiendas de electrónica (Media Markt, Saturn...) y otros centros comerciales como El Corte Inglés, en el caso de España. Los juegos también fueron distribuidos en estos tipos de puntos de venta. Por lo tanto, el tipo de distribución es indirecta, ya que Nintendo no tiene tiendas propias (excepto en ciertas partes de Japón). Y la estrategia de distribución es intensiva, ya

122 MOVILAE (2007). Michael Patcher: "El alto precio de la PS3 está matando a Sony". <http://movilae.com/michael-pachter-el-alto-precio-de-la-ps3-esta-matando-a-sony/> Fecha de consulta: 08/04/2015

123 MERISTATION (2012). Sony reconoce que el elevado precio de lanzamiento de PS3 lastro las ventas. <http://www.meristation.com/playstation-3/noticias/sony-reconoce-que-el-elevado-precio-de-lanzamiento-de-ps3-lastro-las-ventas/61/1784074> Fecha de consulta: 08/04/2015

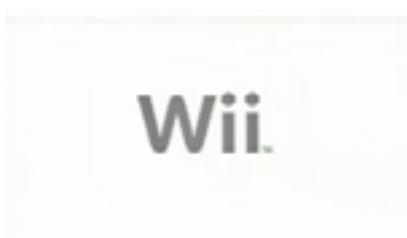
124 CNET (2007). Will the Wii be a set-top box? <http://www.cnet.com/news/will-the-wii-be-a-set-top-box/> Fecha de consulta: 08/04/2015

que intenta llegar al máximo posible de público potencial distribuyendo en grandes superficies y en tiendas especializadas en ocio electrónico.

La promoción

La campaña de Wii fue dirigida, sobre todo, para un target amplio y para todas las edades. El éxito de Nintendo DS entre un público nunca antes había jugado a videojuegos mostró el camino a Wii, que también quería llegar a este tipo de público. La DS consiguió expandir el mercado de los videojuegos a un público que nunca antes se había interesado por él, fue mucho más allá y quería que la Wii fuera un centro de reunión familiar para pasárselo bien.

Con el objetivo de apoyar a Wii y a esta nueva filosofía de jugar y que llegase al mayor número de público potencial posible Nintendo hizo una campaña de comunicación enorme. Como en otras anteriores ocasiones, Nintendo acudió a la agencia Leo Burnett para la campaña de la Wii. En el **vídeo 39** se puede ver un tráiler presentación de la Wii un año antes aproximadamente de su lanzamiento para que todo el mundo viera de lo que era capaz. Vemos como diferentes personas muy distintas entre sí juegan a la Wii, dando mucho énfasis a los movimientos con el mando. En este vídeo podemos ver claramente lo que nos promete Wii.



VÍDEO N°39: Nintendo Wii Commercial

<https://www.youtube.com/watch?v=0pm0Y5K4tO0>

Fuente: YOUTUBE. Canal thundercatsroar.

Fecha: 02/06/2006

El spot que se ve en el **vídeo 40** fue el primero de todos y tiene como lema "Wii Would Like To Play" (juego de palabras que significa "nos gustaría jugar"). En él se nos presenta a dos hombres japoneses que llevan la Wii a todos los hogares. En los anuncios se muestra cómo la gente de todas las edades y sexos está jugando con ella, haciendo movimientos que se reflejan en la pantalla. Además, con el juego de palabras del lema hizo muy comprensible el anuncio, sin decir nada más durante el resto del mismo. Todo el protagonismo recae en cómo la gente se lo está pasando bien con familia y amigos, moviéndose mientras juega, haciendo que Wii invitara a jugar a todo el mundo. La campaña fue, sin duda, muy exitosa, ya no sólo en número de ventas en

los primeros meses de Wii, sino que también fue ganadora del premio Effie a la campaña más efectiva en la categoría de "servicio/producto nuevo"¹²⁵.



VÍDEO N°40: All Wii Would Like To Play

Commercials Combined

https://www.youtube.com/watch?v=mml7DOsBS_8

Fuente: YOUTUBE. Canal Nachos please.

Fecha: 18/07/2008

La temática y estilo de esta campaña se aplicó en prácticamente todos los mercados mundiales. En España se puede ver este anuncio en el **vídeo 41**, donde una familia juega al Wii Sports. También hay ejemplos de anuncios japonés, inglés y americano en los vídeos **42, 43 y 44** respectivamente.



VÍDEO N°41: Wii Sports – Nintendo Wii Familia

<https://www.youtube.com/watch?v=4i3umgfX27U>

Fuente: YOUTUBE. Canal avmongc.

Fecha: 12/12/2007



VÍDEO N°42: Resident Evil 4 For Wii Japanese TV Commercial

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

Fuente: YOUTUBE. Canal Israel Ramos.

Fecha: 14/04/2007



VÍDEO N°43: Mario Kart Wii commercial UK

<https://www.youtube.com/watch?v=vFrTe6IESNc>

Fuente: YOUTUBE. Canal Ryanlcf1.

Fecha: 17/04/2013

¹²⁵ IGN (2008). Nintendo's "Wii Would Like To Play" named the most effective marketing effort at Effie Awards". <http://www.ign.com/articles/2008/06/05/nintendos-wii-would-like-to-play-named-the-most-effective-marketing-effort-at-effie-awards> Fecha de consulta: 10/04/2015



VÍDEO N°44: Zelda Skyward Sword – Robin & Zelda Williams Commercial

<https://www.youtube.com/watch?v=KJRV1kvF1sE>

Fuente: YOUTUBE. Canal ZeldaSkywardSword

Fecha: 01/11/2011

Las gráficas de Nintendo Wii también enfatizaron el nuevo modo de jugar y un gran protagonismo en el novedoso mando. En las **imágenes 6, 7 y 8** se puede ver las gráficas más originales para Wii en medios impresos.

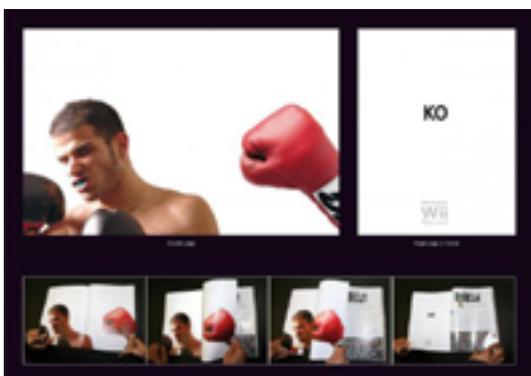


IMAGEN N°6: KO (Wii)

<http://www.coloribus.com/adsarchive/prints/nintendo-wii-box-11253755/>

Fuente: COLORIBUS



IMAGEN N°7: Sports at home Wii Sports

<http://www.coloribus.com/adsarchive/prints/wii-console-tennis-10500905/>

Fuente: COLORIBUS

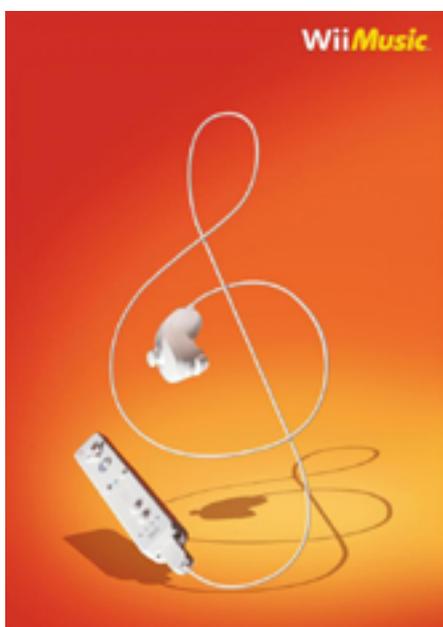


IMAGEN N°8: Wii Music

<http://www.coloribus.com/adsarchive/prints/nintendo-wii-clef-12534155/>

Fuente: COLORIBUS

Finalmente destacar la acción de marketing guerrilla que se hizo en Italia para promocionar el estreno del servicio de Consola Virtual para Wii, el cual permite descargar juegos clásicos de la compañía de la época

de NES y SNES. Como se ve en la **imagen 9** en paradas de transportes públicos varios, se observa como post-it forman figuras pixeladas de personajes famosos de Nintendo. En el reverso de cada nota se lee el texto "Wii'll not forget" (No nos olvidaremos) y una explicación del nuevo servicio y como obtenerlo.



IMAGEN N°9: Wii'll not forget

<http://www.sanjeev.net/printads/n/nintendo-wii-wii-ll-not-forget-2880.html>

Fuente: SANJEEV

5. CLAVES DEL ÉXITO DE WII

Después de profundizar en cada una de las Ps del marketing mixto se pueden extraer las siguientes conclusiones, las cuales explicarían el éxito tremendo de Wii en el mundo entero:

- Su comunicación se centró en su principal baza: el factor diversión. Consciente que técnicamente era inferior a sus competidoras, se optó por una publicidad familiar, simpática, natural sin exagerar para no crear falsas expectativas y muy visual, donde todo el mundo se lo pasaba bien.
- La comunicación, además, incluyó a un segmento de mercado mucho mayor que englobaba tanto a padres, madres, hermanos y hermanas, hasta los abuelos. Su concepto tan sencillo de entender cómo mover un mando fue bien recibido por las familias. Wii invitó a jugar a toda la familia, mientras la competencia se centró en el target de siempre: jóvenes "gamers". Este punto es el más esencial, ya que Wii consiguió que mucha gente tuviera interés en un sector que nunca antes se había sentido atraído. Nintendo supo escuchar a los "no consumidores" de videojuegos y les convenció de que Wii era ideal para ellos.
- La presencia de juegos sociales como Wii Sports, Wii Fit, Just Dance o Big Brain Academy hizo que más gente se interesara por los videojuegos que hicieran mover e incluso mantener en forma. Con el desarrollo de estos juegos se tumbó el mito de que los videojuegos son perjudiciales y poder ejercitarte sin salir de casa.
- El nombre de Wii, a pesar de las polémicas iniciales, resultó ser un acierto. Su nombre tan sencillo es fácilmente reconocible y todo el mundo es capaz de decirlo. Es un nombre muy memorable por su sencillez.
- El precio también significó una ventaja competitiva crucial. Gracias a los bajos costes de fabricación, Wii pudo venderse a un precio asequible. En su lanzamiento, ya era sensiblemente más barata que sus competidoras y eso se mantuvo igual a lo largo de los años de la generación. Además, al contrario que las otras consolas, Wii no necesitó hacer una rebaja de precio hasta el 2011, casi cuatro años después de su lanzamiento (de 249,99 euros a 149,99 euros). Por lo tanto, los bajos costes, el volumen de ventas y el margen de beneficio hicieron que Wii fuera todo un éxito dentro de Nintendo.
- Finalmente, y relacionado con el precio, la crisis económica que estalló en 2008 en todo el

mundo propició que las familias adoptaran esta consola antes que las demás por su precio más asequible.

No obstante, lo más criticado en la estrategia de comunicación de Wii fue un “abandono” de la compañía con sus jugadores de toda la vida (los llamados “hardcore gamers”)¹²⁶. Con la comunicación y los juegos tan enfocados al público casual y familiar, los fans de siempre de Nintendo se vieron relegados a un segundo plano. Ahora con Wii U, Nintendo intenta tener contentos a todos: tanto a los jugadores casuales que consiguió con Wii y con DS como también a los fans “hardcore” de la compañía¹²⁷.

126 CINEMABLEND (2007). Has Nintendo Officially Abandoned The Hardcore Gamer? <http://www.cinemablend.com/games/Has-Nintendo-Officially-Abandoned-The-Hardcore-Gamer-4614.html> Fecha de consulta: 10/04/2015

127 SCREWATTACK (2014). Nintendo plans of shifting focus to more hardcore audiences, Miyamoto says. <http://www.screwattack.com/news/nintendo-plans-shifting-focus-more-hardcore-audiences-miyamoto-says> Fecha de consulta: 10/04/2015

6. ENTREVISTA A NICOLÁS WEGNEZ, DIRECTOR DE MARKETING DE NINTENDO IBÉRICA

Nicolás Wegnez es el director de marketing de Nintendo Ibérica y trabaja para la compañía desde el año 1995. De origen belga estudió en la European Business School de París y poco después de titularse formó parte de Nintendo Europa, donde hoy en día es una de las mayores personalidades y de las más reconocidas. Su opinión y visión sobre el legado de Wii ha sido muy valiosa para esta investigación.

De la entrevista¹²⁸ realizada por teléfono, se ha podido comprender mejor el éxito de Wii y sobre todo, en por qué se centraron en el público casual. La primera impresión que le causó Wii a Nicolás fue de sorpresa muy positiva, comprobó de primera mano que los vídeos de presentación de Nintendo donde se mostraba el control de Wii eran totalmente reales y el mando respondía fantásticamente. Además, vio las grandes posibilidades que esa consola daba a la hora de comunicar. Como revela Nicolás en la entrevista sobre como quería Nintendo comunicar Wii: "No teníamos que caer en el error de intentar hacer entender a la gente cosas que luego no va a poder experimentar. Desde un primer momento, queríamos enseñar gente jugando de la manera más sencilla posible, sin trucar ni forzar nada en la comunicación."

Para el Sr. Wegnez la satisfacción por la campaña de Wii fue total porque, aparte del éxito enorme e inesperado que tuvo, disfrutó mucho realizándola y porque desde Nintendo central les dieron mucha libertad creativa, siempre y cuando la comunicación que se usara para anunciar Wii fuera muy sencilla de entender. Y ahí radica el mayor factor de éxito de Wii según Nicolás: era tan sencillo jugar a la Wii que ponía a cualquier tipo de jugador a empezar de cero con las consolas. "Ya fuera que tuvieras mucha experiencia jugando o no habías jugado a una consola en tu vida, era coger el mando de la Wii y todo el mundo empezaba de cero. Eso permitió que la experiencia fuera muy positiva para cualquier tipo de jugador..." Otros factores a tener en cuenta fueron la comunicación sencilla y honesta de Wii (donde nunca buscaron exagerar el beneficio para no crear falsas expectativas y la posterior decepción), el boca-oreja que ejercieron los usuarios de Wii hacia amigos y familiares, provocando que cada vez más gente se interesara y formara esa popularidad creciente que se consolidó en las ventas. Finalmente, cree que el precio que tuvo

128 Entrevista transcrita completa en el punto 12.1 de este trabajo

Wii de lanzamiento es un factor importante pero no el más determinante.

En esta entrevista, Nicolás revela el por qué la comunicación de Wii se centró más en el público casual y no en el "hardcore". Los motivos fueron que los juegos casuales tipo Wii Sports tenían una previsión de venta elevada y cuanto más previsión eventa hay, más recursos disponen para invertir en publicidad. Por lo tanto, en un lado había un público muy amplio y familiar que jugaba a esos juegos casuales, pero que era más difícil segmentar e impactar. Así que la manera más fácil de llegar a ellos era mediante los medios de comunicación masivos: tele, cine, exterior... En el otro lado estaba el público "hardcore", que para llegar a ellos se pueden dirigir a medios más específicos y especializados y para eso no se necesitan tantos recursos. Y esta diferencia de recursos publicitarios fue lo que originaron esa sensación de que Nintendo apostaba más por el público casual e ignoraba el "hardcore" tradicional. Además, las compañías desarrolladoras de software tuvieron la misma percepción y vieron Wii como la plataforma ideal para hacer juegos casuales y apostaron en ella con estos juegos y no de más presupuesto. Según Nicolás, nunca fue la intención de abandonar el sector "hardcore", pero comprende que haya gente que se haya sentido así.

Finalmente, el Sr. Wegnez cree que Wii, junto con Nintendo DS, consiguieron expandir el mercado de los videojuegos, que es un objetivo que desde siempre ha tenido Nintendo. Según Nicolás: "A Nintendo lo que le obsesiona no es tener más cuota de mercado (porcentaje del mercado que tiene una empresa), sino tener más tamaño de mercado, aumentar el mercado donde está, porque cuanto más gente juegue a videojuegos, más posibilidades tenemos de sacar beneficios en lo que nos dedicamos". La sencillez de jugar con Wii y su acercamiento a las masas provocó un cambio de imagen de los videojuegos en la sociedad. Y así es como será recordada Wii, la consola que consiguió poner a la familia entera jugar ante un televisor.

7. ENTREVISTA A JAVIER ABAD, DIRECTOR DE LA REVISTA HOBBY CONSOLAS

Javier Abad Martínez es licenciado en periodismo por la Universidad Complutense de Madrid y ahora mismo es el director de la revista sobre videojuegos Hobby Consolas, que pertenece al grupo editorial Axel Springer (más conocido por editar el diario alemán Bild). Anteriormente, fue redactor de la revistas Nintendo Acción y Revista Oficial Dreamcast, así que la experiencia de Javier en el sector de los videojuegos es amplia y su opinión sobre Wii, muy valiosa.

De la entrevista¹²⁹ realizada por correo, se ha obtenido información muy útil. Para Javier, Wii le resultó toda una novedad cuando la jugó por primera vez. Sin embargo, en ese momento no imaginó la revolución que supondría para el mundo de los videojuegos. Cree que el mayor éxito de Wii fue que los juegos que salieron para la consola estaban muy bien adaptados al nuevo modo de jugar que el Wiimote había implantado. Entre todos esos juegos, Javier destaca "Super Mario Galaxy" (2007), todo un ejemplo de cómo hacer un excelente juego y adaptar la jugabilidad con el mando.

Para Javier fue todo un éxito que Nintendo apostara por una comunicación dirigida al público más casual, ya que consiguió atraer a todo tipo de gente que nunca antes se había visto atraída por los videojuegos. Él considera que la sencillez y la simplificación de la jugabilidad en Wii hicieron que cualquier persona pudiera disfrutar de la consola desde el primer minuto y derribó el freno que impedía al público potencial disfrutar de los videojuegos.

Javier opina que la consola será recordada como "la que logró acercar los videojuegos a todo tipo de público, rompiendo las estadísticas tanto por sexo como por rango de edad".

129 Entrevista transcrita completa en el punto 12.1 de este trabajo

8. ENTREVISTA A MIGUEL DE AGUILERA MOYANO, CATEDRÁTICO DE COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL Y PUBLICIDAD POR LA UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

Miguel De Aguilera Moyano (13/09/1956) es catedrático de Comunicación Audiovisual y profesor en la Universidad de Málaga. También ha formado parte de investigaciones de mercado y estudios sociológicos sobre los nuevos medios e innovación audiovisual, centrándose sobre todo en los videojuegos.

De la entrevista¹³⁰ realizada por llamada de Skype, se extrajo información y valoraciones realizadas por el Sr. De Aguilera respecto el papel de Wii en el cambio de imagen en la sociedad de los videojuegos. Lo que más le impresionó cuando jugó por primera vez a la Wii fue esa simplificación en la interacción con la consola que permitió ampliar mercado más allá de su público predefinido, los jóvenes y llegando a niños, adultos y abuelos. También cree que el nombre de Wii es ideal ya que es directo, rotundo y universal, siendo muy fácilmente pronunciable por cualquiera.

Respecto al éxito de Wii, según él, fue básicamente por dos factores: el primero, fue su capacidad de facilitar el proceso de "atravesar la pantalla", es decir, la capacidad de meter al jugador de lleno en la acción y no ser un simple espectador. El control de movimientos de Wii permitió que ese sentimiento de interacción con la pantalla fuera mucho mayor. El otro factor fue que Wii rompió el mito de que jugar a la consola era pasivo y no saludable, y con los diferentes juegos de deportes virtuales y baile, consiguió que mucha gente dejara de ver las consolas como algo sedentario, sino activo si uno quería. El Sr. De Aguilera también ve correcto el enfoque de buscar a nuevos usuarios en la comunicación de Wii, la cual cosa según él, consiguió.

Después, el Sr. De Aguilera nos relata cómo los videojuegos, hace unos 15 años, estaban muy mal vistos y la sociedad tenía un discurso apocalíptico ante ellos. Todo el mundo se llevaba las manos a la cabeza con las polémicas que suscitaban algunos videojuegos, como también estigmatizaban su imagen poniendo como ejemplo el caso del "asesino de la katana"¹³¹. El catedrático se ha indignado recordando lo mucho que la gente criticaba los videojuegos sin saber, sin co-

¹³⁰ Entrevista transcrita completa en el punto 12.1 de este trabajo

¹³¹ Caso mencionado en la página 14 de este trabajo. Referencia nº36.

nocimientos, como también como los padres censuraban los juegos en público, pero en privado bien que los compraban para sus hijos en Navidades. Ahora cree que los videojuegos ya es una práctica cultural asentada en el mundo y en España también. Eso cree que es debido porque los que antes jugaban a videojuegos, ahora ya ocupan cargos elevados en la sociedad y porque su uso ya se ha formalizado, gracias a casos como el de Wii. También ha lamentado que la industria del videojuego en España se haya quedado atrás respecto a otros países, siendo nuestro país uno con el mayor número de jugadores. Esa mala imagen que los videojuegos han tenido durante años, evitó que la industria y el negocio se desarrollaran aquí, provocando que todo los ingresos que crea el sector se fueran a otros países a causa de las pocas empresas que se dedicaban a ello en España y el poco apoyo administrativo que tuvieron años atrás. Reconoce que ahora está despegando y que hay más empresas, pero cree que se han perdido años valiosos.

Finalmente, en el ámbito social, Wii se ganará el cariño y la nostalgia de cierta parte de sus usuarios, pero la mayor parte la desechará en cuanto otra máquina cubra las mismas necesidades. Eso sí, está seguro que Wii marcó en un antes y un después en la historia de los videojuegos por ser la primera consola que consiguió llegar a todo el mundo.

9. ENTREVISTA A LAURA MARTÍN, EDUCADORA SOCIAL EN LA RESIDENCIA DE ANCIANOS “LA VOSTRA LLAR”

Laura Martín es educadora social y trabaja en la residencia de ancianos “La Vostra Llar”, que tiene varios centros en Barcelona, Blanes o Hospitalet. Laura además es la responsable de las actividades del centro Les Dàlies, en el barrio del Guinardó. Laura y sus compañeros decidieron introducir Wii en las residencias.

De la entrevista¹³² realizada en persona en el mismo centro se han extraído una serie de opiniones e información sobre lo que puede ofrecer Wii en el ámbito terapéutico. Primero de todo, Laura reconoció que la introducción de Wii vino precedida por una prueba para ver cómo reaccionarían los ancianos ante ella. Y la prueba fue satisfactoria y por eso introdujeron la consola en los centros. Laura se sorprendió con la naturalidad que sus residentes adoptaron la Wii como actividad de ocio en la residencia. La educadora destaca el disfrute con que la gran mayoría de abuelos jugaban a la consola, muy animados siempre. Los juegos con más éxito: Wii Sports, Wii Play, Big Brain Academy y Mario Kart, con su mando-volante.

También remarcó los efectos positivos de las actividades con Wii. En lo referente a la fisioterapia, los movimientos y diferentes poses con el mando ayudaban a los abuelos a hacer ejercicio de sus extremidades superiores y sin darse cuenta, mejoraban su psicomotricidad. Hacían poses que de otra manera, no harían de forma normal. En lo referente a las habilidades cognitivas, jugar a los juegos requiere atención y concentración por parte de los residentes y en haber muchos elementos audiovisuales en pantalla, ayudaba a tener en forma la percepción y la capacidad de reacción. Finalmente, el componente lúdico y de ocio en grupo, ayudaba a la socialización entre ellos y al acercamiento de nuevas tecnologías.

Según Laura, el cambio de imagen de los videojuegos ha sido debido a que cada vez, las consolas se han convertido en un centro de ocio grupal (ya sea online como presencial), dejando atrás el carácter individualista y “antisocial” que tenían. Wii ha sido el gran ejemplo de ello y fue la primera que apostó por un catálogo de juegos sencillos y casuales que atrajo a familias y gente que no había jugado a los videojuegos, como los abuelos.

¹³² Entrevista transcrita completa en el punto 12.1 de este trabajo

Finalmente, Laura es consciente que Wii no es la consola favorita de los jugadores "hardcore" de videojuegos, ya que la competencia tenía más potencia gráfica, más opciones online y un catálogo de juegos más enfocados al "gamer" de siempre. Pero para ella y sus residentes, Wii es la consola ideal, es la consola que permitió que ancianos y ancianas se lo pasaran fantásticamente ante una pantalla mientras ejercitaban su cuerpo y mente.

10. CONCLUSIONES FINALES

Hoy en día, los videojuegos están más aceptados y ya forman parte de la sociedad digital en la que vivimos. En un mundo donde Internet y los smartphones son omnipresentes, los videojuegos ya están integrados en nuestro día a día. El sector de los videojuegos ha pasado de ser un "hobby" de niños pequeños y jóvenes "frikis" a ser una enorme industria que factura más que el cine y la música y que llega a todo tipo de públicos en todo el mundo. Junto con la digitalización de la sociedad, este cambio tan grande en el sector viene dado por diversos factores y uno de ellos fue la consola Wii de Nintendo.

Cuando Wii fue comercializada a finales de 2006, nadie esperaba el éxito tan grande que tuvo. Fue la clara vencedora de esa generación de consolas, compitiendo contra PlayStation3 y Xbox 360, unas máquinas de capacidades técnicas superiores. La Wii consiguió que mucha gente que no estaba interesada en los videojuegos, tuviera una en casa y que jugara con ella con la familia. Fue la consola familiar por excelencia y un verdadero centro de ocio para todo el mundo y todo tipo de públicos.

El éxito de Wii radica en su mando y control revolucionario con el sensor de movimientos, la sencillez de su funcionamiento que permitió eliminar frenos a la hora de consumir videojuegos, el catálogo de juegos originales y divertidos para todo el mundo, su comunicación centrada en el disfrute de todo el mundo sin excepciones de sexo ni edad ni la creación de falsas promesas y el precio asequible que tuvo durante toda su vida comercial.

El legado que nos deja Wii es que el mercado de los videojuegos se amplió y consiguió que un enorme público potencial adquiriera la máquina de Nintendo. Gracias a su apuesta por un público más general y casual, su comunicación sencilla, directa y desenfadada y al revolucionario control que tuvo Wii, hoy en día mucha gente sigue jugando a videojuegos y no perciben los videojuegos como algo dañino, como se pensaba antes. **Wii consiguió reposicionar la imagen de los videojuegos en la sociedad actual.**

Finalmente, los profesionales entrevistados en esta investigación están de acuerdo de que Wii resultó clave en la historia de los videojuegos como la consola que consiguió atraer a todo tipo

de públicos, sin excepción de edad o sexo.

Wii de Nintendo es la historia de un éxito que marcó un antes y un después en la historia de los videojuegos. Con su llegada y su éxito enorme consiguió ser el centro de ocio favorito de muchas familias en todo el mundo. Su control, sus juegos y la diversión en grupo fueron fundamentales para enseñar a la sociedad que los videojuegos pueden ser para todos. A pesar de las críticas de los "gamers" más conservadores y tradicionales, la apuesta de Wii hacia un público más amplio ha resultado un gran éxito y que quedará marcado en la historia de los videojuegos para siempre.

11. REFERENCIAS

11.1 Páginas web

20 MINUTOS (2010). Farmville, el éxito de las granjas virtuales. Madrid, 9 de febrero. <http://www.20minutos.es/noticia/624876/0/farmville/juego/facebook/> Fecha de la consulta: 23/02/2015

20 MINUTOS (2014). Youtubers: todo un fenómeno que engancha a los más jóvenes. Madrid, 29 de noviembre. <http://www.20minutos.es/noticia/2309584/0/youtubers-fenomeno/espana-jovenes/los20-mas-populares/> Fecha de la consulta: 09/02/2015

ABC (2014). Así afecta Candy Crush a nuestro cerebro. Londres, 2 de abril. <http://www.abc.es/ciencia/20140402/abci-afecta-candy-crush-nuestro-201404021011.html> Fecha de la consulta: 23/02/2015

ABC (2014). Oculus Rift: la realidad virtual se hace tangible gracias a Facebook. Madrid, 9 de abril. <http://www.abc.es/tecnologia/informatica-hardware/20140331/realidad-virtual-hace-tangible-201403310026.html> Fecha de la consulta: 09/02/2015

ABC TECNOLOGÍA (2013). GTA V rompe siete récords Guinness en solo tres semanas. Madrid, 10 de octubre. <http://www.abc.es/tecnologia/videojuegos/20131009/abci-ompe-records-guinness-201310091745.html> Fecha de la consulta: 09/02/2015

ABOUT TECH (2014). Nintendo's Seven Biggest Wii U Marketing Mistakes. <http://nintendo.about.com/od/wiiliving/tp/Nintendos-Seven-Biggest-Wii-U-Marketing-Mistakes.htm> Fecha de consulta: 19/03/2015

ADSL ZONE. ¿Cuál es la estrategia de Sony con PS Vita ante su fracaso de ventas? 15 de enero. <http://www.adslzone.net/article13742-cual-es-la-estrategia-de-sony-con-ps-vita-ante-su-fracaso-en-ventas.html> Fecha de la consulta: 09/02/2015

AIMC: Resumen General de resultados EGM de Febrero a Noviembre 2014. Madrid, 2014. <http://www.aimc.es/-Datos-EGM-Resumen-General-.html> Fecha de la consulta: 29/01/2015

ARA.CAT (2014). El desè art, l'art interactiu. 2 de noviembre. http://www.ara.cat/suplements/diumenge/DESE-ART-LART-INTERACTIU-Lexperiencia_0_1241275870.html Fecha de la consulta: 09/02/2015

ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE VIDEOJUEGOS. El videojuego en el mundo. Madrid. <http://www.aevi.org.es/la-industria-del-videojuego/en-el-mundo> Fecha de la consulta: 09/02/2015

BAKER, C. (2010). Nimrod, the World's First Gaming Computer. Wired, 6 de febrero. <http://www.wired.com/2010/06/replay/> Fecha de la consulta: 04/02/2015

BBC (2014). Sega v Nintendo: Sonic, Mario and the 1990's console war. 13 de mayo. <http://www.bbc.com/news/technology-27373587> Fecha de la consulta: 09/02/2015

BEFOREMARIO (2011). Nintendo Ultra Hand. 12 de marzo. <http://blog.beforemario.com/2011/03/nintendo-ultra-hand-1966.html> Fecha de la consulta: 12/02/2015

BLOG EL OTRO LADO: Historia de la videojuegos, década de los 90. http://www.elotrolado.net/wiki/Historia_de_los_videojuegos:_D%C3%A9cada_de_los_90#1990:_Comienza_una_gran_rivalidad Fecha de la consulta: 09/02/2015

BLOG EL OTRO LADO: Historia de la videojuegos, Era Moderna. http://www.elotrolado.net/wiki/Historia_de_los_videojuegos:_Era_moderna Fecha de la consulta: 09/02/2015

BLOGMUJERES (2013). ¿Sabíais que "Los Sims" fue el primero juego en atraer verdaderamente a las mujeres? 23 de agosto. <http://blogmujeres.com/los-sims-primer-juego-en-atraer-a-las-mujeres/> Fecha de la consulta: 23/02/2015

BLOGOCIO. Nintendo 3DS ya ha superado las 50 millones de unidades vendidas. 28 de enero. <http://blogocio.net/nintendo-3ds-ya-ha-superado-las-50-millones-de-unidades-vendidas-no-82988/> Fecha de la consulta: 12/02/2015

BUSINESSWIRE (2015). Nintendo Partners with Universal Parks & Resorts to Create World's First-Ever Theme Park Attractions Based on Nintendo's Beloved Games and Characters. 7 de mayo. http://www.businesswire.com/news/home/20150507005307/en/Nintendo-Partners-Universal-Parks-Resorts-Create-World%E2%80%99s#.VWdS6PI_uM6 Fecha de consulta: 08/05/2015

CINEMABLEND (2007). Has Nintendo Officialy Abandoned The Hardcore Gamer? <http://www.cinemablend.com/games/Has-Nintendo-Officially-Abandoned-The-Hardcore-Gamer-4614.html> Fecha de consulta: 10/04/2015

CINEMABLEND (2014). Video game Software Market to Hit 100\$ Billion by 2018, Says Report. <http://www.cinemablend.com/games/Video-Game-Software-Market-Hit-100-Billion-By-2018-Says-Report-64956.html> Fecha de la consulta: 09/02/2015

CLOUD COMPUTING (2007). The Big Idea behind Nintendo's Wii. 16 de noviembre. <http://cloud-computing.tmcnet.com/news/2006/11/16/2084887.htm> Fecha de la consulta: 19/02/2015

CNET (2007). Will the Wii be a set-top box? Redwood City, 27 de noviembre. <http://www.cnet.com/news/will-the-wii-be-a-set-top-box/> Fecha de consulta: 08/04/2015

COLORIBUS. Nintendo wii: "BOX" Print ad by Leo Burnett Milan. <http://www.coloribus.com/adsarchive/prints/nintendo-wii-box-11253755/> Fecha de consulta: 10/04/2015

COLORIBUS. Nintendo wii: "CLEF" Print ad by Leo Burnett Chicago. <http://www.coloribus.com/adsarchive/prints/nintendo-wii-clef-12534155/> Fecha de consulta: 10/04/2015

COLORIBUS. Wii Console: "TENNIS" Print ad by Sr. Lobo <http://www.coloribus.com/adsarchive/prints/wii-console-tennis-10500905/> Fecha de consulta: 10/04/2015

CRÓNICA DE LA ESPAÑA NEGRA (2014). Caso José Rabadán: el asesino de la katana. 17 de enero. <https://ladyalcon.wordpress.com/2014/01/17/caso-jose-rabadan-el-asesino-de-la-katana/>
Fecha de la consulta: 09/02/2015

DE CULTURE (2012). Comparando ventas de consolas portátiles: PS Vita, PSP, 3DS y DS. 5 de marzo. <http://www.deculture.es/2012/03/ventas-consolas-portatiles-ps-vita-psp-3ds-ds/> Fecha de la consulta: 09/02/2015

DEF CON PLAY (2014). El fenómeno Pokémon suma y sigue para llegar a 260 millones de juegos vendidos. 19 de agosto. http://www.antena3.com/defconplay/opinion/fenomeno-pokemon-suma-sigue-llegar-260-millones-juegos-vendidos_2014081900142.html Fecha de la consulta: 12/02/2015

DIARIO DE EMPRENEDORES (2014). La Vostra Llar crea la "Wii Terapia", un tratamiento para la rehabilitación de las personas mayores. 20 de febrero. <http://diariodeemprenedores.com/emprenedores-emprender/la-vostra-llar-crea-la-wii-terapia.html> Fecha de la consulta: 30/01/2015

DIGITAL SPY (2014). Virtual Boy retrospective: Nintendo's disastrous foray into VR. 5 de abril. <http://www.digitalspy.co.uk/gaming/feature/a562419/virtual-boy-retrospective-nintendos-disastrous-foray-into-vr.html#~p466IPW4g9HR42> Fecha de la consulta: 12/02/2015

DIGITALNIPPLES. (2011). The First Nintendo 3DS Print Ad. 8 de marzo. <https://digitalnipples.wordpress.com/2011/03/08/the-first-nintendo-3ds-print-ad/#comments> Fecha de la consulta: 19/03/2015

ECETIA (2012). Angry Birds logra mil millones de descargas. 10 de mayo. <http://ecetia.com/2012/05/angry-birds-logra-mil-millones-de-descargas> Fecha de la consulta: 23/02/2015

EL CONFIDENCIAL (2014). Los cuatro videojuegos que triunfan entre mujeres. 21 de octubre. http://www.elconfidencialdigital.com/la_buena_vida/gadgets/videojuegos-triunfan-

mujeres_0_2366763323.html Fecha de la consulta: 23/02/2015

EL DIARIO (2014). Hatred, el polémico juego ultraviolento, se defiende de las críticas. 18 de octubre. http://www.eldiario.es/juegoreviews/noticias/Hatred-ultra-violento-videojuego-matanzas-defiende_0_314968671.html Fecha de la consulta: 09/02/2015

EL MUNDO (2012). Miyamoto, creador de Super Mario, recibe el Premio Príncipe de Asturias. Madrid, 23 de mayo. <http://www.elmundo.es/elmundo/2012/05/23/navegante/1337762474.html> Fecha de la consulta: 12/02/2015

EL MUNDO (2015). Celia Villalobos, pillada jugando al Candy Crush. Madrid, 26 de febrero. <http://www.elmundo.es/espana/2015/02/24/54eccf64ca47414a488b4579.html> Fecha de la consulta: 03/03/2015

EL OTRO LADO (2004). Nintendo España presenta GameBoy Advance SP Girls Edition. 6 de marzo. http://www.elotrolado.net/hilo_nintendo-espana-presenta-la-game-boy-advance-sp-girls-edition_280715 Fecha de consulta: 17/03/2015

EL PAÍS (2014). "Candy Crush" le da a su empresa el 78% de los ingresos. Madrid, 13 de marzo. http://tecnologia.elpais.com/tecnologia/2014/03/13/actualidad/1394710633_043854.html Fecha de la consulta: 23/02/2015

EL PAÍS (2014). El videojuego de todos los récords. Madrid, 8 de septiembre. http://cultura.elpais.com/cultura/2014/08/26/actualidad/1409072075_044675.html Fecha de la consulta: 09/02/2015

ELECTRONICA FÁCIL. El osciloscopio. <http://www.electronicafacil.net/tutoriales/Uso-del-osciloscopio.php> Fecha de la consulta: 04/02/2015

ENTERTAINMENT SOFTWARE RATING BOARD (ESRB). How much do you know about video games? <http://www.esrb.org/about/video-game-industry-statistics.jsp> Fecha de la consulta: 09/02/2015

FINANCIAL TIMES (2007). Nintendo's Wii takes console lead. Tokyo, 12 de septiembre. <http://www.ft.com/cms/s/0/51df0c84-6154-11dc-bf25-0000779fd2ac.html#axzz3SDkZES3o> Fecha de la consulta: 19/02/2015

GAMASUTRA (2006). Wii Reactions: Developers Comment. 1 de mayo. http://www.gamasutra.com/view/feature/131092/wii_reactions_developers_comment.php Fecha de la consulta: 19/02/2015

GAMECUBICLE (2001). Nintendo's Gamecube Marketing Plans. Redmond, 24 de septiembre. http://www.gamecubicle.com/news-nintendo_gamecube_marketing.htm Fecha de consulta: 17/03/2015

GAMES INDUSTRY (2015). PS4 to outsell Xbox One by 40% through 2018 Report. 18 de febrero. <http://www.gamesindustry.biz/articles/2015-02-18-ps4-to-oussell-xbox-one-by-40-percent-through-2018-report> Fecha de la consulta: 19/02/2015

GAMESPOT (2006). E3 2006: Revolution renamed Wii. 27 de abril. <http://www.gamespot.com/articles/e3-06-revolution-renamed-wii/1100-6148462/> Fecha de la consulta: 19/02/2015

GESTIÓN (2014). Angry Birds: su vuelo al fracaso. 6 de octubre. <http://gestion.pe/tecnologia/angry-birds-su-vuelo-al-fracaso-2110321> Fecha de la consulta: 23/02/2015

GIZMODO (2006). Nintendo Revolution renamed Wii. 27 de abril. <http://gizmodo.com/170058/nintendo-revolution-renamed-wii> Fecha de la consulta: 19/02/2015

GIZMODO (2013). The Surprisingly Long History of Nintendo. 20 de septiembre. <http://gizmodo.com/the-surprisingly-long-history-of-nintendo-1354286257> Fecha de la consulta: 12/02/2015

GIZMODO (2014). Microsoft compra Mojang, creadores de Minecraft, por \$2.500 millones. 15 de septiembre. <http://es.gizmodo.com/microsoft-compra-mojang-creadores-de-minecraft-por-2-1634780434> Fecha de la consulta: 23/02/2015

GRANTLAND (2014). The Rise of Nintendo: A story in 8 bits. 14 de mayo. <http://grantland.com/features/the-rise-of-nintendo-video-games-history/> Fecha de la consulta: 12/02/2015

HIPERTEXTUAL (2011). Magnavox Odyssey, la primera videoconsola de la historia. 16 de agosto. <http://hipertextual.com/2011/08/magnavox-odyssey-primera-videoconsola> Fecha de la consulta: 04/02/2015

HIPERTEXTUAL (2011). Tennis for Two, uno de los primeros videojuegos de la historia. 8 de julio. <http://hipertextual.com/2011/07/tennis-for-two-uno-de-los-primeros-videojuegos-de-la-historia> Fecha de la consulta: 04/02/2015

HIPERTEXTUAL (2012). Sony Move ¿Fracaso o media éxito para Sony? 14 de marzo. <http://hipertextual.com/archivo/2012/03/sony-move-fracaso-o-medio-exito-para-sony/> Fecha de la consulta: 23/02/2015

HOBBY CONSOLAS: Quienes somos. <http://www.hobbyconsolas.com/quienes-somos> Fecha de la consulta: 29/01/2015

HONGKIAT. Evolution of Home Video Game Consoles. <http://www.hongkiat.com/blog/evolution-of-home-video-game-consoles-1967-2011/> Fecha de la consulta: 09/02/2015

HUFFINGTON POST (2013). Luigi Train in Chicago: Super Mario Brother's Day. 13 de agosto. http://www.huffingtonpost.com/2013/08/13/luigi-train-chicago_n_3749608.html Fecha de consulta: 19/03/2015

IBÁÑEZ, A (2014). Ya se puede volver a jugar a 'Spacewar', tal vez el videojuego más antiguo del mundo. 1 de mayo. <http://www.rtve.es/noticias/20140501/ya-se-puede-volver-jugar-spacewar-tal-vez-videojuego-mas-antiguo-del-mundo/931060.shtml> Fecha de la consulta: 04/02/2015

IGN (2008). Nintendo's "Wii Would Like To Play" named the most effective marketing effort at Effie Awards". 5 de junio. <http://www.ign.com/articles/2008/06/05/nintendos-wii-would-like-to->

play-named-the-most-effective-marketing-effort-at-efie-awards Fecha de consulta: 10/04/2015

IGN (2011). The Genius of Super Mario 64. 28 de septiembre. <http://www.ign.com/articles/2011/09/28/the-genius-of-super-mario-64> Fecha de la consulta: 12/02/2015

IGN (2015). Nintendo pide perdón por la escasez de Amiibos. 5 de mayo. <http://es.ign.com/nintendo/93207/news/nintendo-pide-perdon-por-la-escasez-de-amiibos> Fecha de la consulta: 06/05/2015

LA FLECHA (2008) La industria de los videojuegos generan más dinero en España que cine y música juntos. 9 de abril. http://laflecha.net/archivo/canales/videojuegos/noticias/la-industria-de-los-videojuegos-generan-mas-dinero-en-espana-que-cine-y-musica-juntos?_xm=rss Fecha de la consulta: 09/02/2015

LA INFORMACIÓN (2015). La Wii U y la debilidad del yen aupan Nintendo, que gana 6 veces más. Tokyo, 28 de enero. http://noticias.lainformacion.com/economia-negocios-y-finanzas/estados-financieros-trimestrales-o-semestrales/la-wii-u-y-la-debilidad-del-yen-aupan-a-nintendo-que-gana-casi-6-veces-mas_VawJdcUFgOOBecr8Xua1g2/ Fecha de la consulta: 12/02/2015

LA INFORMACIÓN. Las donaciones traerán de vuelta a Carmaggedon, el polémico juego de conducción. 9 de mayo. http://noticias.lainformacion.com/arte-cultura-y-espectaculos/videojuegos/las-donaciones-traeran-de-vuelta-a-carmageddon-el-polemico-juego-de-conduccion_tjZXTHG2I5cT6SFyaPau8/ Fecha de la consulta: 09/02/2015

LA VANGUARDIA (2013). "Candy Crush", un fenómeno con 500 millones de descargas en un año. Barcelona, 26 de noviembre. <http://www.lavanguardia.com/tecnologia/20131126/54394860040/candy-crush-fenomeno-millones-descargas-ano.html> Fecha de la consulta: 23/02/2015

LAMBIE, R (2013). The 1983 videogame crash: what went wrong, and could it happen again? 19 de febrero. <http://www.denofgeek.com/games/24531/the-1983-videogame-crash-what-went-wrong-and-could-it-happen-again> Fecha de la consulta: 04/02/2015

LEVELUP (2014). Sony adelanta fecha de estreno de la película de Angry Birds. 27 de diciembre. <http://www.levelup.com/noticias/298601/Sony-adelanta-fecha-de-estreno-de-pelicula-de-Angry-Birds> Fecha de la consulta: 23/02/2015

MARTIANODDITY (2013). The Making of the Original Brick Gameboy. 5 de enero. <https://martianoddity.wordpress.com/category/video-game-ads-2/page/3/> Fecha de consulta: 17/03/2015

MERISTATION (2007). Ocarina of Time, el mejor juego de la historia según EDGE. 3 de julio. <http://www.meristation.com/nintendo-64/noticias/ocarina-of-time-el-mejor-juego-de-la-historia-segun-edge/1506755/1644198> Fecha de la consulta: 12/02/2015

MERISTATION (2008). Los Sims venden más de 100 millones de juego en todo el mundo. 16 de abril. <http://www.meristation.com/playstation-2/noticias/los-sims-venden-mas-de-100-millones-de-juegos-en-todo-el-mundo/1511009/1648445> Fecha de la consulta: 23/02/2015

MERISTATION (2012). Sony reconoce que el elevado precio de lanzamiento de PS3 lastró las ventas. 12 de junio. <http://www.meristation.com/playstation-3/noticias/sony-reconoce-que-el-elevado-precio-de-lanzamiento-de-ps3-lastro-las-ventas/61/1784074> Fecha de consulta: 08/04/2015

MERISTATION (2013). Nintendo deja de fabricar la primera Wii. 21 de octubre. <http://www.meristation.com/nintendo-wii/noticias/nintendo-deja-de-fabricar-la-primera-wii/62/1917952> Fecha de la consulta: 19/02/2015

MERISTATION (2014). El fenómeno Minecraft. 16 de mayo. <http://www.meristation.com/pc/reportaje/el-fenomeno-de-minecraft/1978010/58> Fecha de la consulta: 23/02/2015

MERISTATION (2015). Nintendo lanzará videojuegos para dispositivos móviles. 17 de marzo. <http://www.meristation.com/nintendo-3ds/noticias/nintendo-lanzara-videojuegos-para-dispositivos-moviles/1160/2049610> Fecha de consulta: 17/03/2015

MERISTATION (2015). Nintendo limita los juegos que podrán mostrar los youtubers. 5 de febrero. <http://www.meristation.com/nintendo-3ds/noticias/nintendo-limita-los-juegos-que-podran-mostrar-los-youtubers/1160/2039670> Fecha de consulta: 19/03/2015

MERISTATION (2015). Nintendo reconoce que la Wii U es cara. 25 de marzo. <http://www.meristation.com/nintendo-wii-u/noticias/nintendo-reconoce-que-wii-u-es-cara/1365/2051342> Fecha de consulta: 19/03/2015

MOVILAE (2007). Michael Pachter: "El alto precio de la PS3 está matando a Sony". <http://movilae.com/michael-pachter-el-alto-precio-de-la-ps3-esta-matando-a-sony/> Fecha de consulta: 08/04/2015

MUNDO DEPORTIVO (2014). Minecraft sigue batiendo récords de ventas. 13 de marzo. http://www.mundodeportivo.com/20140313/videojuegos/minecraft-sigue-batiendo-records-de-ventas_54403373621.html Fecha de la consulta: 23/02/2015

MUY COMPUTER (2014). Nintendo oficializa la crisis de venta de Wii U y 3DS. 17 de enero. <http://www.muycomputer.com/2014/01/17/crisis-de-venta-de-wii-u-y-3ds> Fecha de la consulta: 12/02/2015

NERDMENTALITY. Touching is Good Ad. <http://nerdmentality.com/article/473/touching-is-good-ad/#comments> Fecha de consulta: 18/03/2015

NINTENDEROS (2015). La mala publicidad de Wii U. 3 de enero. <http://www.nintenderos.com/2015/01/articulo-la-mala-publicidad-de-wii-u/> Fecha de consulta: 19/03/2015

NINTENDEROS (2013). Se muestran las ventas totales de consolas y de juegos vendidos de Nintendo. 14 de noviembre. <http://www.nintenderos.com/2013/11/se-muestran-las-ventas-totales-de-consolas-y-de-juegos-vendidos-de-nintendo/> Fecha de la consulta: 12/02/2015

NINTENDO OFICIAL. La historia de Nintendo. <https://www.nintendo.es/Empresa/La-historia-de-Nintendo/La-historia-de-Nintendo-625945.html> Fecha de la consulta: 12/02/2015

OCIO ULTIMATE MAGAZINE (2010). Nintendo es la 4º empresa más grande de Japón. <http://www.ocio.net/tecnologia/consolas/nintendo-es-la-4-empresa-mas-grande-en-japon/> Fecha de la consulta: 12/02/2015

PORTALTIC (2014). Kinect vive su peor momento. Madrid, 22 de mayo. <http://www.europapress.es/portaltic/videojuegos/noticia-kinect-vive-peor-momento-reunira-cielo-mega-cd-20140522160850.html> Fecha de la consulta: 23/02/2015

PORTALTIC (2014). La increíble historia de ET, el videojuego que hundió a Atari antes de ser enterrado. 27 de abril. <http://www.europapress.es/portaltic/sector/noticia-increible-historia-et-videojuego-hundio-atari-antes-ser-enterrado-20140427163754.html> Fecha de la consulta: 04/02/2015

PROFESORADO DE LA UNIVERSIDAD DE MÁLAGA: Resumen curricular de Miguel de Aguilera Moyano. http://www.cavypub.uma.es/detalle_profesor.php?profesor=1 Fecha de la consulta: 29/01/2015

PUNTO DE PARTIDA. La máquina del tiempo: Atari 2600. <http://www.puntodepartida.com/retroinformatica/maquinadeltiempo/atari2600.php> Fecha de la consulta: 04/02/2015

REDES PARA LA CIENCIA (2012). Redes 129: Cómo nos influyen los videojuegos. 21 de octubre. <http://www.redesparalaciencia.com/7801/redes/redes-129-como-nos-influyen-los-videojuegos> Fecha de la consulta: 09/02/2015

RETROINFORMÁTICA. Historia de los videojuegos. Barcelona, Facultat Informàtica de Barcelona, UPC. <http://www.fib.upc.edu/retro-informatica/historia/videojocs.html> Fecha de la consulta: 04/02/2015

REVISTA QUO (2013). 9 beneficios de jugar videojuegos. 13 de noviembre. <http://quo.mx/10-cosas-que/2013/11/13/9-beneficios-de-jugar-videojuegos> Fecha de la consulta: 09/02/2015

SANJEEV. Nintendo Wii: Wii'll not forget. <http://www.sanjeev.net/printads/n/nintendo-wii-wiill-not-forget-2880.html> Fecha de consulta: 10/04/2015

SCREWATTACK (2014). Nintendo plans of shifting focus to more hardcore audiences, Miyamoto says. 28 de agosto. <http://www.screwattack.com/news/nintendo-plans-shifting-focus-more-hardcore-audiences-miyamoto-says> Fecha de consulta: 10/04/2015

SLASHGEAR (2009). Nintendo Wii sales sets new industry records. 16 de enero. <http://www.slashgear.com/nintendo-wii-sales-set-new-industry-records-1630867/> Fecha de la consulta: 12/02/2015

SOCIALTIMES (2010). 5 Extreme examples of people hating Farmville, 12 de abril. <http://www.adweek.com/socialtimes/5-extreme-examples-of-people-hating-farmville/10982> Fecha de la consulta: 23/02/2015

TELERIK BLOGS (2013). The Top 10 Best-Selling Video Game Consoles of All Time—and a lesson in SubReport Data Binding. 29 de abril. <http://blogs.telerik.com/careypayette/posts/13-04-29/the-top-10-best-selling-video-game-consoles-of-all-time-and-a-lesson-in-subreport-data-binding> Fecha de la consulta: 12/02/2015

TELEVISIÓ DE CATALUNYA. 30 Minuts (2015). Videojocs, la seducció imparable. 9 de marzo. <http://www.ccma.cat/tv3/alacarta/30-minuts/videojocs-la-seduccio-imparable/video/5479931/> Fecha de consulta: 11/03/2015

THE REPORT CARD (2012). Violent Video Games Promote Violence. 26 de diciembre. <http://education-curriculum-reform-government-schools.org/w/2012/12/violent-video-games-promote-violence/> Fecha de la consulta: 09/02/2015

THE STRONG, NATIONAL MUSEUM OF PLAY (New York). Video Game History Timeline. Nueva York. <http://www.museumofplay.org/icheg-game-history/timeline/> Fecha de la consulta: 04/02/2015

THETANOOKI (2015). Nintendo celebrates Women's History Month with some of their favorite leading ladies. 17 de marzo. <http://www.thetanooki.com/2015/03/17/nintendo-celebrates-womens-history-month-with-some-of-their-favorite-leading-ladies/> Fecha de consulta: 19/03/2015

TIMES (2008). Your TIME 100. http://content.time.com/time/specials/2007/article/0,28804,1725112_1726934_1726935,00.html Fecha de la consulta: 12/02/2015

TWITTER (2013). Cuenta de Nintendo of America. 12 de agosto. <https://twitter.com/NintendoAmerica/status/366950742965223425/photo/1> Fecha de la consulta: 19/03/2015

UNIVERSIDAD DE ROCHESTER. Daphne Bavelier. <http://www.bcs.rochester.edu/people/daphne/> Fecha de la consulta: 09/02/2015

VADEJUEGOS (2013). Sequía en los campos de Farmville o el declive de los juegos sociales. 20 de abril. <http://www.vadejuegos.com/noticias/sequia-en-los-campos-de-farmville-o-el-declive-de-los-juegos-sociales-20130420.html> Fecha de la consulta: 23/02/2015

VADEJUEGOS (2014). 10 años de World of Warcraft: las claves de su éxito. 24 de noviembre. <http://www.vadejuegos.com/noticias/10-anos-de-world-of-warcraft-las-claves-de-su-exito-20141124.html> Fecha de la consulta: 09/02/2015

VANDAL (2005). Crónica Especial E3 2005. 1 de junio. <http://www.vandal.net/reportaje/cronica-especial-e3-2005/3> Fecha de la consulta: 19/02/2015

VANDAL (2012). Infinity Ward explica qué buscaba la misión No Russian. 3 de agosto. <http://www.vandal.net/noticia/71244/infinity-ward-explica-que-buscaba-la-mision-no-russian/> Fecha

de consulta: 11/03/2015

VANDAL (2013). Nintendo lidera un estudio sobre satisfacción de los clientes. 27 de enero. <http://www.vandal.net/noticia/1350633651/nintendo-lidera-un-estudio-sobre-satisfaccion-de-los-clientes/> Fecha de la consulta: 12/02/2015

VANDAL (2015). Nintendo ya ha vendido 5,7 millones de Amiibos. 28 de enero. <http://www.vandal.net/noticia/1350660213/nintendo-ya-ha-vendido-57-millones-de-figuras-amiibo/> Fecha de la consulta: 12/02/2015

VANDAL (2015). Nintendo espera cumplir los objetivos económicos para el año que viene. 12 de febrero. <http://www.vandal.net/noticia/1350660772/nintendo-espera-cumplir-sus-objetivos-economicos-para-el-ano-que-viene/> Fecha de la consulta: 12/02/2015

VANDAL (2015). Sony ha vendido más de 20 millones de PS4 a los consumidores. 4 de marzo. <http://www.vandal.net/noticia/1350661468/sony-ha-vendido-mas-de-20-millones-de-playstation-4-a-los-consumidores/> Fecha de la consulta: 04/03/2015

VANDAL (2015) Reggie Fils-Aime confía en el futuro de Wii U. 16 de marzo. <http://www.vandal.net/noticia/1350661918/reggie-filsaime-confia-en-el-futuro-de-wii-u/> Fecha de consulta: 16/03/2015

VANDAL (2015). La próxima consola de Nintendo tiene el nombre en clave NX. 17 de marzo. <http://www.vandal.net/noticia/1350661969/la-proxima-consola-de-nintendo-tiene-el-nombre-clave-nx/> Fecha de consulta: 17/03/2015

VANDAL (2015). Las acciones de Nintendo se disparan tras los anuncios de hoy de su alianza con DeNA. 17 de marzo. <http://www.vandal.net/noticia/1350662008/las-acciones-de-nintendo-se-disparan-tras-los-anuncios-de-hoy-de-su-alianza-con-dena/> Fecha de consulta: 17/03/2015

VANDAL (2015). Los beneficios de Rovio caen en un 73%. 20 de marzo. <http://www.vandal.net/noticia/1350662168/los-beneficios-de-rovio-caen-en-un-73/> Fecha de consulta: 20/03/2015

VANDAL (2015). Nintendo obtiene beneficios después de 3 años de pérdidas. 7 de mayo. <http://www.vandal.net/noticia/1350663801/nintendo-obtiene-beneficios-despues-de-tres-anos-en-perdidas/> Fecha de la consulta: 07/05/2015

VGCHARTZ. Platform totals. http://www.vgchartz.com/analysis/platform_totals/Hardware/Global/ Fecha de la consulta: 19/02/2015

VIDAEXTRA (2007). El origen de los nombres de las compañías. 20 de febrero. <http://www.vidaextra.com/industria/el-origen-de-los-nombres-de-las-companias> Fecha de consulta: 09/02/2015

VIDA EXTRA (2014). Dan Adelman: "El nombre de Wii U ha reducido las ventas a la mitad". 6 de agosto. <http://www.vidaextra.com/respuestas/dan-adelman-el-nombre-de-wii-u-ha-recortado-las-ventas-a-la-mitad> Fecha de consulta: 19/03/2015

VIDAEXTRA (2015). Nintendo, sabes que te quiero, pero ponle freno ya a la especulación de los Amiibo. 27 de enero. <http://www.vidaextra.com/industria/nintendo-sabes-que-te-quiero-pero-ponle-freno-ya-a-la-especulacion-de-los-amiibo> Fecha de la consulta: 12/02/2015

VIDEOGAME SALES. Videogame industry. http://vgsales.wikia.com/wiki/Video_game_industry#cite_note-cpi_inflation-92 Fecha de la consulta: 09/02/2015

XATAKA (2006). Fecha de lanzamiento y precio de Wii en Europa. 15 de septiembre. <http://www.xataka.com/consolas-y-videojuegos/fecha-de-lanzamiento-y-precio-de-la-wii-en-europa> Fecha de la consulta: 19/02/2015

YOUTUBE (05/10/2014). Canal de DidYouKnowGaming?. Gamecube – Did You Know Gaming? Feat. SpaceHamster. <https://www.youtube.com/watch?v=ST0dvzT1y28> Fecha de consulta:

17/03/2015

YOUTUBE (10/09/2007). Canal de William Hunter. Video: "The Original Videogame" https://www.youtube.com/watch?v=6PG2mdU_i8k#t=28 Fecha de la consulta: 04/02/2015

YOUTUBE (1/11/2012). Canal de SirSameEveryday. Video: "La Historia de los Videojuegos" de Discovery Channel (2004). <https://www.youtube.com/watch?v=GQAZIG1mEX0> Fecha de la consulta: 04/02/2015

11.2 Publicaciones

DE AGUILERA, MIGUEL; MÉNDIZ, ALFONSO (2003). Computers in Entertainment, volumen 1. Video Games and Education (Education in the Face of a Parallel School). Nueva York (Estados Unidos): ACM Press.

KENT, STEVEN L. (2001). The Ultimate History of Video Games: The Story Behind the Craze that Touched our Lives and Changed the World. Roseville, California (Estados Unidos): Prima Publishing

PORTER, MICHAEL E. (1980). Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors. Nueva York (Estados Unidos): The Free Press.

SHANNON, C. (1950). Philosophical Magazine, serie 7, volumen 41, número 314. Programming a Computer for Playing Chess. Nueva York (Estados Unidos): Bell Telephone Inc.

VAN DREUNEN, JOOST (2011). The Game Behind the Video Game: Business, Regulation, and Society in the Gaming Industry. Pag. 2. Columbia Institute, NY (Estados Unidos).

12. ANEXOS

12.1 Entrevistas transcritas

Entrevista transcrita de Nicolás Wegnez

1. ¿Cuál fue su primera impresión cuando jugó por primera vez a la Wii?

Pues mira, la primera vez que probé la Wii fue en el E3 de Los Ángeles y mi primera impresión fue como la de casi todo el mundo. Fue francamente increíble ver la Wii en funcionamiento y poder ver realmente que la compañía no hizo ningún tipo de "overpromise" en sus vídeos de presentación. Cuando aparecieron los primeros vídeos y las funciones del mando no parecía posible que fuera bien, pero cuando la vi de verdad me sorprendió positivamente y me di cuenta que "Uau, esto funciona de verdad". Es que es totalmente cierto que puedas jugar al tenis, a los bolos o manejar una avioneta.

También al probarla me vino a la cabeza que a la hora de comunicar la Wii no íbamos a estar vendiendo algo que no es real. Por lo tanto, mis compañeros y yo ya nos dábamos cuenta de comunicar esto ante mucha gente que pueda tener una primera experiencia con la consola iba a ser una apuesta ganadora. Asegurar que la Wii funciona de verdad es algo que ha marcado toda la campaña, tanto a nivel internacional como en España. La Wii ayudó a Nintendo a cambiar su manera de comunicar. No teníamos que caer en el error de intentar hacer entender a la gente cosas que luego no va a poder experimentar. Desde un primer momento, queríamos enseñar gente jugando de la manera más sencilla posible, sin trucar ni forzar nada en la comunicación.

2. ¿Qué nivel de satisfacción tiene sobre la campaña que se hizo de Wii en España?

Ya llevo trabajando unos 20 años en Nintendo España y he podido trabajar con productos como la SNES, la N64, la Gamecube, las consolas portátiles y el nivel siempre ha sido alto. Con la Wii, seguíamos la línea general internacional que era comunicar la Wii de manera extremadamente sencilla. Nos estábamos obsesionando en intentar mostrar gente jugando sin trucar nada. Aquí en España pudimos contratar a Alex Corretja para hacer una campaña enfocado al tenis de Wii Sports y él se quedó sorprendido con lo bien que iba todo y la respuesta de la Wii a sus movimientos. Entonces, el nivel de satisfacción por la campaña fue muy grande, porque fue muy agradable hacerla y tuvimos bastante libertad creativa bajo esa premisa de siempre sencillez.

3. ¿Para usted, cuáles fueron los factores más relevantes para explicar el éxito de Wii? ¿Se lo esperaban?

Yo creo que nadie se podía esperar ese éxito. Veníamos de un mal momento, ya que la anterior consola Gamecube fue superada claramente por su competidora y estábamos ante una situación complicada, por lo que ese éxito de Wii fue aún más reconfortante.

Hay varios factores que explican el éxito de Wii, pero si nos quedamos uno principal fue que Wii fue capaz de volver a poner a la casilla de salida a cualquier tipo de jugador. Ya fuera que tuvieras mucha experiencia jugando o no habías jugado a una consola en tu vida, era coger el mando de la Wii y todo el mundo empezaba de cero. Eso permitió que la experiencia fuera muy positiva para cualquier tipo de jugador y tal y como enseñábamos en la comunicación, cualquier persona (niño, abuelo y padre) se lo podían pasar bien juntos. Todo esto fomentó enormemente la comunicación dentro de los hogares, ya que un padre podía jugar con sus hijos o un nieto contra su abuelo. Además, jugar con Wii era una experiencia muy sencilla de explicar, simplemente te levantas, coges el mando y lo mueves según el tipo de juego que haya en la tele. A esto hay que añadirle que el mando lo que permitió fue ofrecer contenidos realmente distintos de lo que había, por lo tanto pudimos diferenciarnos de lo que era la imagen que mucha gente tenía en su cabeza de lo que son los videojuegos. Fuimos capaces de sorprender a la gente, era algo muy fácil de contar. Además, como nuestra comunicación no tenía "overpromise" ni exageraciones, mucha gente se hacía eco de esa experiencia entre familiares y amigos. La satisfacción de los usuarios de Wii era muy buena porque no se sentían decepcionados por el producto y por lo tanto, compartían sus impresiones positivas con su gente y eso ayudó mucho a conseguir la popularidad de Wii. Respecto al precio, no creo que fuera lo más determinante. Sí que es cierto que la competencia tenía un precio más alto, pero sin un buen producto detrás y la capacidad de alcanzar una audiencia muy alta gracias a su concepto sencillo, no hubiera funcionado ni a ese precio ni en otro.

4. ¿Cree que fue una apuesta arriesgada apostar la comunicación hacia un público más casual y poner al jugador más "hardcore" en un segundo plano? ¿Por qué?

Nosotros no decidimos inicialmente centrarnos en un público y abandonar otro. Es más, nosotros no consideramos que abandonáramos ese público. Eso sí, lo que hicimos fue analizar poco a poco lo que estaba pasando y cuando vimos que un juego tipo Wii Sports tenía una

respuesta mayor por parte del público eso nos permitía pensar que había un mercado potencial enorme ante nosotros. En marketing, lo que hacemos normalmente es destinar una cantidad concreta de recursos para la publicidad y comunicación dependiendo del nivel de facturación que esperas que te va a dar ese producto. Y vimos que los productos que más expectativas de venta tenía eran los juegos considerados "casuals", aunque hemos identificado que estos juegos siguen siendo jugados por todo tipos de jugadores años después del lanzamiento. Dicho esto, sí podemos entender que algunas personas muy "hardcore" se pueden haber sentido abandonadas, pero tiene una explicación. Llegar a este tipo de público "hardcore" es más fácil y es más segmentado. Para llegar a ellos no necesitas una franja publicitaria en prime time, sino más bien puedes llegar a ellos a través de una revista especializada y eso no requiere de muchos recursos en comparación con la tele. Pero llegar al padre/madre de familia, que es un tipo de público muy amplio, teníamos que usar medios masivos para llegar a ellos: tele, marquesinas, cines, el punto de venta, organización de eventos en centros comerciales... y para ello se requiere una mayor cantidad de recursos. Y esa diferencia hace que de la sensación que estemos más centrados con los "casuals" y todo esto puede haber ayudado a percibir que Nintendo abandonaba a su jugador tradicional, pero nunca fue nuestra intención. Sí que al final por inversión o por los sitios que más se veían delante de todo el mundo, se ha llegado a concluir en ello. Además, compañías fabricantes de juegos y software (EA, Ubisoft, Activision...) tuvieron la misma percepción del producto que tenía mucha gente y vieron Wii como plataforma perfecta para hacer desarrollar juegos exclusivamente casuals y eso fomentó aún más la imagen casual de Wii.

5. ¿Wii realmente ayudó a cambiar la imagen de los videojuegos en la sociedad y acercar a los "no consumidores" al mundo de los videojuegos? ¿Por qué?

Yo creo que fue más bien la combinación de Wii y Nintendo DS. Estas dos consolas tienen en común es que fueron las armas de Nintendo para alcanzar su objetivo final, que era expandir la población de jugadores, que hubiera más gente que se aficionara a los videojuegos. Esto viene ya desde los inicios de la compañía, y aún hoy es la única compañía que se centra exclusivamente en hacer videojuegos y consolas (Sony hace otros electrodomésticos y Microsoft, productos de informática). A Nintendo lo que le obsesiona no es tener más cuota de mercado (porcentaje del mercado que tiene una empresa), sino tener más tamaño de mercado, aumentar el mercado donde está, porque cuanto más gente juegue a videojuegos, más posibilidades tenemos

de sacar beneficios en lo que nos dedicamos. Con Wii y DS, Nintendo se da cuenta de que si realmente queremos es hacer crecer el tipo de personas que pueda ser jugador de videojuegos, hay que hacerles cambiar la percepción de lo que es un videojuego. Te hago una metáfora: si los videojuegos antes era rock&roll/heavy metal, lo que Nintendo comprendió es que hay una mayoría de gente que no le gusta esa música, sino la música más comercial y otros tipos de música. Por lo tanto Nintendo, fue la primera que ofreció variedad a los videojuegos y nuevos contenidos y juegos temáticos. Antes de Nintendogs no existía una verdadera mascota virtual. Antes de Wii Fit, no había juegos que te permitían hacer yoga y ejercicios en casa. Hicimos juegos más universales y por eso las ventas fueron las que fueron.

6. ¿Cómo crees que será recordada la Wii cuando vayan pasando los años?

Como la consola que consiguió que los videojuegos tuvieran una mayor aceptación social. Nintendo sigue siendo ambiciosa en ese sentido y crear nuevos contenidos para atraer nuevo público a los videojuegos. Obviamente, Wii U no está teniendo el éxito que tuvo Wii y DS en su tiempo, pero creo que aún está destinada a hacer grandes cosas. Dicho esto, Wii cambió la idea de los videojuegos de que se jugaban en un cuarto oscuro a jugarlos en un salón con toda la familia.

Entrevista transcrita de Javier Abad

1. ¿Cuál fue su primera impresión cuando jugó por primera vez a la Wii?

Si no recuerdo mal, la probé con Wii Sports. Me pareció más una especie de demo técnica con gráficos muy básicos que un juego. El control era novedoso, desde luego, pero ni por asomo pensé que fuera a suponer una revolución.

2. ¿Cuál fue su juego favorito de la Wii y por qué?

Super Mario Galaxy. Siempre he sido un fan del personaje, así que ya tenía cierta predisposición hacia el juego, pero es que me pareció que adaptaba perfectamente su jugabilidad al control de Wii, creando impulsando la saga un paso más allá. No fue una revolución como la de Super Mario 64, pero supuso un gran soplo de aire fresco.

3. ¿Cree que el Wiimote fue el factor clave para comprender el éxito de Wii? ¿O cree que

hubo más factores más allá del mando?

Podemos decir que el Wiimote fue el símbolo, pero está claro que por muy bueno que fuera su funcionamiento, no hubiera funcionado sin un rango de juegos bien adaptados a esa forma de control que supieron conectar con todo tipo de públicos.

4. ¿Cree que el enfoque de comunicación y publicidad que tuvo Wii fue la correcta? ¿Fue un acierto ampliar el target a un público más casual en detrimento del público "hardcore"?

Desde luego. Nintendo consiguió que tener una Wii en casa fuera una aspiración de gente que hasta entonces jamás se había sentido atraída por los videojuegos. Hasta entonces las first party tenían el foco puesto en los jugadores expertos. Nintendo giró ese foco y "alumbró" a un tipo de público distinto que le permitió ganar la batalla de esa generación frente a Sony y Microsoft.

5. ¿Wii realmente ayudó a cambiar la imagen de los videojuegos en la sociedad y acercar a los "no consumidores" al mundo de los videojuegos? ¿Por qué?

El gran logro de Wii fue simplificar el control de los videojuegos hasta el punto de que cualquiera pudiera divertirse desde el primer minuto, aunque no hubiera cogido un mando en su vida. Era tan intuitivo y sencillo que derribó esa barrera que hacía que mucha gente tuviese miedo a jugar.

6. ¿Cómo cree que será recordada la Wii cuando vayan pasando los años?

Ya lo está siendo, de hecho, como la consola que logró acercar los videojuegos a todo tipo de público, rompiendo las estadísticas tanto por sexo como por rango de edad.

Entrevista transcrita de Miguel De Aguilera

1. ¿Cuál fue su primera impresión cuando jugó por primera vez a la Wii?

Como usuario, la recuerdo como una máquina que buscaba otros mercados y al mismo tiempo una máquina que simplificaba la interacción con ella, que ha sido una de las trabas principales que las consolas han tenido ante generaciones de personas más mayores, que no tenían la habilidad para coordinar los dedos para pulsar botones mientras pasaban cosas en la pantalla. Pero para mí, lo que más me impresionó fue esa simplificación que permitió ampliar mercado, incluso llegando a los abuelos.

2. ¿Usted le gusta el nombre de Wii o le gustaba más el nombre en clave Revolution? ¿Por qué?

No tenía ni idea de que se llamaba Revolution, pero creo que el nombre Wii es práctico. Creo que su nombre no fue de casualidad, seguro que fue muy estudiado y analizado previamente. Una máquina que tenía que ser vendida ante millones de compradores, debía tener un nombre sonoro, rotundo y universal para que todo el mundo pudiera pronunciarlo. Y Wii lo consiguió.

3. ¿Qué fue lo que tuvo Wii para atraer a tantos jugadores, los cuales muchos de ellos nunca habían jugado a videojuegos antes?

En mi parecer hubo diversos factores. El primero, es la capacidad de poder "atravesar la pantalla". Es la dimensión básica compartida por todos los videojuegos y es un concepto que he denominado en algunos artículos. "Atravesar la pantalla" es la experiencia con el entretenimiento audiovisual que hemos tenido con algo que ocurre detrás de una pantalla. Detrás de esa pantalla, ocurren muchos sueños. Las películas, videojuegos y series nos abstraen y nos hacen vivir historias. El audiovisual ha sido una forma de entretenimiento fundamental durante estos últimos 50 años. Los videojuegos van más allá y hacen algo similar con lo que pasa en "Alicia en el país de las maravillas", atravesar un "espejo" y formar parte de la acción que pasa detrás. Esta ilusión que producen los videojuegos permite manipular e intervenir sobre los acontecimientos que están ocurriendo más allá de la pantalla y Wii eso lo hace muy bien, permite un juego inmersivo. Wii ha permitido hacer vivir esta experiencia de atravesar la pantalla a un mayor número de personas, ya sean niños, adultos o abuelos. Como segundo factor, creo que la "key application" de Wii, su principal atracción fueron los deportes. Wii rompió el mito de que el entretenimiento virtual equivale a pasividad, a nula actividad física. Wii atrajo con la opción de poder hacer actividad física dirigida, ya fuese con un baile o un deporte virtual, ante una pantalla gracias a su reconocimiento de movimientos.

4. ¿Cree que el enfoque de comunicación y publicidad que tuvo Wii fue la correcta? ¿Fue un acierto ampliar el target a un público más casual en detrimento del público "hardcore"?

Yo creo que acertaron con ese enfoque. El público "hardcore" tiene los videojuegos como una práctica cultural muy asentada, por lo tanto, tienen una visión de ellos más refinada: piden narrativas potentes, altísima definición gráfica, etc. La presentación "ingenua" de los iconos, la misma

interacción con Wii y que era una consola inferior a los avances en informática de entonces estaba claramente dirigida a una clase de usuario nueva, se buscaba ampliar mercado. Y no tengo dudas de que lo consiguieron.

5. ¿Wii realmente ayudó a cambiar la imagen de los videojuegos en la sociedad y acercar a los “no consumidores” al mundo de los videojuegos? ¿Por qué?

Yo creo que sí. Yo empecé a estudiar los videojuegos desde que mi hijo y yo flipábamos con Tomb Raider en el ordenador. Cómo podía ser que nos lo pasáramos tan bien con un videojuego mientras que en la sociedad se estigmatizaba su imagen. Permíteme contarte algo que me sucedió como anécdota. Hará unos 15 años creo, no recuerdo bien, el Instituto Nacional del Consumo me encargaron a mí y a mi equipo una investigación de mercado sobre los videojuegos. Cuando finalizamos, lo echaron para atrás y censuraron sus resultados ¿Por qué? Por qué no decía lo que ellos querían que dijese: que los videojuegos eran nefastos. Desde hace años ha habido discursos apocalípticos sobre ellos y se les han descalificado sin tener idea, ya que los videojuegos son muchas cosas, son Tetris, es Wii, es el Pro [juego mítico de fútbol], etc. ¿Hay juegos violentos? Ciertamente. Pero los videojuegos han sufrido un debate muy poco serio sobre ellos, tachándolos de formar asesinos. Me parece ridículo. ¿Recuerdas el asesinato de Murcia con una katana? Los medios culparon a Final Fantasy X porque era el juego que el joven asesino estaba jugando entonces, pero ese juego vendió mucho más de un millón de unidades en todo el mundo ¿y se sabe si todos los otros jugadores que jugaron fueron también asesinos? No ¿verdad? Si uno está mal de la cabeza, es porque lo está y no por culpa de los videojuegos. Además, la gente adoptó la postura ante los videojuegos como algo malo en público, pero en cambio en Navidades, en celebraciones privadas en familia, bien que los padres compraban consolas y juegos a sus hijos y no pasaba nada. Ahora, sin embargo, la imagen de los videojuegos ha mejorado en parte gracias a que figuras públicas ya son usuarios de videojuegos históricos y no han tenido tendencias asesinas como se creía antes. Los videojuegos ya forman parte del campo de experiencia y ya es una práctica cultural asentada y ya se va obviando el discurso apocalíptico que los videojuegos tuvieron pocos años atrás. Eso sí, entre tanto, hemos perdido oportunidades para crear negocio con ellos. Es una industria que está más avanzada que el cine, pero sin embargo no ha recibido el mismo trato que éste. La industria del videojuego en España desde la vertiente empresarial ha sido ignorada hasta hace poquitos años y ahora otros países nos sacan años de distancia. Fran-

cia, Inglaterra y obviamente Estados Unidos nos adelantan en todos los aspectos en empresas sobre videojuegos. España es el tercer país de Europa con más jugadores, un mercado enorme, y casi no hay empresas que se dediquen a ello, significando que muchos millones de euros han ido a parar a otros países porque han sido los exportadores de los juegos. Una pena.

6. *¿Cómo cree que será recordada la Wii cuando vayan pasando los años?*

Aunque yo no he sido usuario de Wii, sí que he conocido muchos familiares y amigos que lo han sido. Creo que como ha sido una máquina que ha creado mucha diversión y como los humanos tenemos la tendencia de proyectar emociones en las máquinas y humanizarlas, lo probable es que algunas personas proyecten cariño y sobre todo nostalgia, pero solo una pequeña parte. La mayor parte de la gente, desechará a Wii cuando haya una consola que cubra las mismas necesidades que ella solucionaba. No nos olvidemos que es una máquina y tal y como se desechan el televisor o la radio que tantos años han estado con nosotros, también le pasará a ella. Eso sí, en la historia de los videojuegos será recordada como la consola que consiguió ampliar el mercado potencial.

Entrevista transcrita de Laura Martín

1. *¿Qué factores fueron los que hicieron que adoptaran la Wii en vuestros centros? ¿Por qué esta consola y no otras?*

Primero de todo, hicimos unas pruebas para ver si los ancianos aceptaban la Wii o no y el resultado fue muy satisfactorio. Quisimos probar a ver si se podía hacer gimnasia con un componente tecnológico y lúdico y resultó. Lo que más les gusta de Wii es que se sienten dentro del juego, ya que ven al personaje moviéndose en la pantalla tal y como ellos se mueven. También les encanta jugar todos juntos. Jugar con la Wii forma parte de una actividad que organizamos cada cierto tiempo y siempre se hace en grupo. Los ancianos disfrutaban jugar juntos, incluso hay los que juegan sin tener mando, imitando al que lo lleva o lo que está viendo la pantalla. También hay que tener en cuenta que el mando es muy sencillo de utilizar en muchos juegos, con un simple movimiento de brazo o golpe de muñeca ya controlan al personaje, haciendo que les resulte bastante fácil de aprender. Lo harán mejor o peor, pero se lo pasan bien. De una manera más divertida, se ejercitaban y no se daban ni cuenta. Elegimos esta consola porque según vimos, era ideal para un público más mayor como el que hay en nuestras residencias gracias a su control

y juegos, algo que las demás consolas no tenían. Hoy en día también usamos tablets, para que jugueteen con la pantalla táctil con juegos de mesa o puzzles. Pero cuando tienen que ser actividades de grupo y de más movimiento, usamos la Wii.

2. ¿Qué beneficios aporta el uso de la Wii a los ancianos que juegan con ella?

Desde un punto de vista de la fisioterapia, vemos como practican la psicomotricidad de las extremidades superiores, las manos, las muñecas y los dedos de una forma sencilla y divertida, unos ejercicios que les resulta graciosos. También ejercitan el equilibrio ya que hay juegos que requieren estar de pie. Además, es necesario que los ancianos presten atención y concentración y los juegos les resultaba un gran estimulante audiovisual y de percepción, activando sus capacidades cognitivas. Finalmente, servía como un acercamiento de los abuelos a las nuevas tecnologías.

3. ¿Cuál es la reacción de los ancianos ante Wii? ¿Se lo pasan bien jugando, les gusta jugar con ella?

Los abuelos de esta residencia les encanta jugar a la Wii y más si vienen sus nietos. La actividad de jugar a Wii la realizamos ocasionalmente, ya que creemos que jugar muy a menudo puede resultar cansino y repetitivo para los ancianos, pero ha habido veces que nos han pedido jugar con ella. También es cierto que no todos reaccionan igual ante Wii. Hay los que son más autónomos, cogen el mando y ya saben jugar solos y se lo pasan muy bien, hay los que se toman Wii como una actividad rutinaria más y hay otros que debido a factores de salud psíquica o física se ven limitados a la hora de jugar. A la mayoría le resultaba muy gracioso y curioso, pero tampoco creas que quedaban alucinados, veían Wii como un avance más de la tecnología de hoy.

Los juegos que más les gusta son Wii Sports, Big Brain Academy, Wii Play y sobre todo el Mario Kart, donde eso de mover un volante-mando y ver como conducen en la pantalla les parece súper divertido.

4. Los videojuegos ha sido durante años mal vistos por varios sectores de la sociedad ¿Con la llegada de Wii, realmente ayudó a cambiar la imagen de los videojuegos en la sociedad? ¿Por qué?

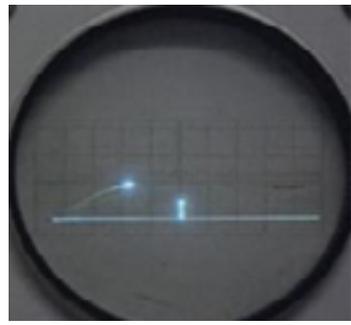
Sí, pienso que sí. Antes las consolas eran más individualistas, pero la llegada de Wii hizo que se

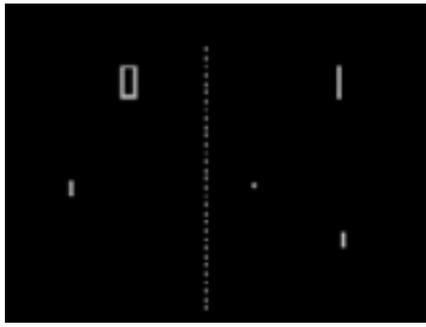
convirtiera en una consola de ocio de familiar, donde toda la familia jugaba. La consola y el catálogo de juegos sociales que disponía ayudaron a que los videojuegos tuvieron una mejor imagen. La gran mayoría de juegos de Wii estaban enfocados a un público más informal, casual y creo que eso afectó positivamente a Nintendo. Aunque es cierto que antes, los padres pensaban que los videojuegos eran juguetes y les compraban cualquier juego, ignorando las recomendaciones de edad y claro, luego venían las críticas y los disgustos.

5. ¿Cómo cree que será recordada la Wii cuando vayan pasando los años?

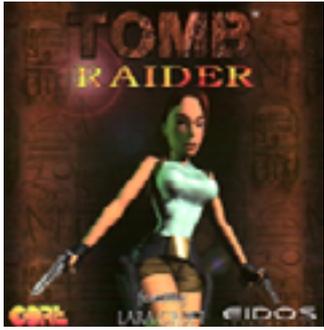
Yo creo que Wii no es la consola que los aficionados "hardcore" se comprarían, debido a ese gran número de juegos sociales. Los jugadores más serios se comprarían una Play o una Xbox, ya que tienen más opciones online para conectarse con los amigos y potencia gráfica. Pero para un centro residencial, Wii tiene mucho que ofrecer y es la mejor opción para jugar con los abuelos, como también familias. Creo que Wii será recordada como la consola para todos los públicos.

12.2 Galería de imágenes

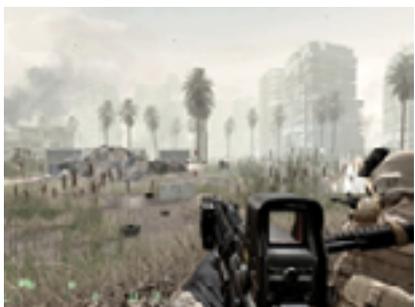
		
<p>En sus inicios, Nintendo producía cartas Hanafuda</p>	<p>"Nimrod", primera computadora diseñada para jugar</p>	<p>"Tennis for Two", considerado uno de los primeros videojuegos</p>
		
<p>Hiroshi Yamauchi, el presidente de Nintendo más longevo</p>	<p>"Ultra Hand", el primer juguete de éxito de Nintendo</p>	<p>Ralph Baer con su Magnavox Odyssey, la primera consola de la historia</p>

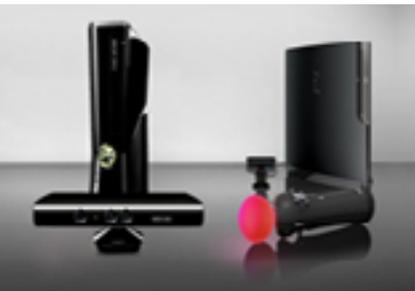
		
<p>“PONG”, el primer videojuego de éxito comercial</p>	<p>La consola de Atari, ATARI 2600, fue un enorme éxito en EEUU</p>	<p>Un juego de la serie “GAME & WATCH” de Nintendo</p>
		
<p>“Donkey Kong” fue el primer arcade de éxito de Nintendo</p>	<p>Shigeru Miyamoto, gurú creativo de Nintendo y creador de Mario y Zelda</p>	<p>“ET” fue una de las causas de la crisis de los videojuegos del 83</p>
		
<p>NES, la primera consola de sobremesa de Nintendo</p>	<p>“Super Mario Bros”, videojuego clave en la historia por su diseño y jugabilidad</p>	<p>“The Legend Of Zelda”, introdució conceptos jugables muy novedosos para la época</p>
		
<p>GameBoy, la consola portátil que revolucionó el mercado</p>	<p>Gunpei Yokoi con su creación más relevante, la Game Boy</p>	<p>Sonic, la mascota de Sega, fue la gran competencia de Nintendo a principios de los 90</p>

		
<p>PacMan, Megaman, Mario y Sonic son los personajes más icónicos de los videojuegos</p>	<p>Los principales consumidores de videojuegos eran jóvenes chicos y niños</p>	<p>SNES, considerada una de las mejores consolas de la historia</p>
		
<p>"Street Fighter II", un clásico que inició el fenómeno de los juegos de lucha</p>	<p>"Mortal Kombat", videojuego de gran éxito y de polémica por su violencia explícita.</p>	<p>"Donkey Kong Country" fascinó por llevar al límite las capacidades de la SNES</p>
		
<p>Sega Saturn, la consola que marcó el principio del fin de Sega.</p>	<p>Virtual Boy, el gran fracaso de Nintendo</p>	<p>PlayStation, la primera consola de Sony que consiguió un enorme éxito</p>
		
<p>Nintendo 64, la consola de 64 bits de Nintendo</p>	<p>"Super Mario 64", marcó el camino de la transición de las 2D al 3D</p>	<p>"Final Fantasy VII", uno de los máximos exponentes del rol japonés y gran éxito mundial.</p>

		
<p>“The Legend Of Zelda: Ocarina of Time”, considerado el mejor videojuego de la historia</p>	<p>“Resident Evil” marcó el inicio de la fiebre por los juegos de terror</p>	<p>“Tomb Raider”, videojuego de gran éxito y convirtió Lara Croft en una “sex symbol” digital</p>
		
<p>Dreamcast, la última consola de Sega</p>	<p>La GameBoy Color y sus gráficos a color.</p>	<p>Los juegos de Pokémon se convirtieron en un gran fenómeno de masas mundial</p>
		
<p>PlayStation 2, una de las consolas más famosas y conocidas de la historia</p>	<p>Xbox, la primera consola de Microsoft</p>	<p>“Halo”, la saga emblemática de las consolas Xbox</p>
		
<p>Gamecube, la consola cúbica de Nintendo</p>	<p>Arriba, la GameBoy Advance y abajo, la GBA SP, las consolas portátiles de Nintendo</p>	<p>Satoru Iwata, presidente de Nintendo desde 2002</p>

		
<p>Pokémon siguió triunfando en GBA</p>	<p>“TLOZ: Wind Waker” para GC sorprendió con su estética “cartoon”. Hoy es considerado una obra maestra</p>	<p>Los Sims 2, el juego más vendido para PC y de gran popularidad</p>
		
<p>World of Warcraft, es el máximo representante de los juegos de rol masivo online</p>	<p>La saga Grand Theft Auto ha conseguido grandes éxitos, pero también censuras y controversias</p>	<p>La saga God of War, que se inició en PS2, se caracteriza por su espectacularidad y violencia</p>
		
<p>La excelente saga “Metal Gear Solid” se consolidó en su tercera entrega</p>	<p>Los juegos de futbol, como “Pro Evolution Soccer” o “FIFA”, todo un clásico de las consolas.</p>	<p>Nintendo DS, la consola portátil de Nintendo con pantalla táctil.</p>
		
<p>La DS inició la ola de juegos sociales dirigido a un público más amplio y casual.</p>	<p>PSP, la consola portátil de Sony para rivalizar la DS.</p>	<p>Xbox 360, la potente consola de Microsoft.</p>

		
<p>PlayStation 3, destacó por su potencia gráfica y rivalidad con X360</p>	<p>Wii, la original consola de Nintendo que triunfó gracias a su sensor de movimientos</p>	<p>El "Wiimote" y el "nunchuck" cambiaron la idea de cómo jugar a un videojuego</p>
		
<p>"Wii Sports" venía con el pack inicial de la Wii y era el juego ideal para probar el "wiimote"</p>	<p>Wii invita a moverse gracias a su variado catálogo de juegos y sus accesorios</p>	<p>Wii popularizó los juegos "casuals" y sociales, como la saga "Just Dance"</p>
		
<p>Gracias a Wii, el mercado de los videojuegos se amplió y disfrutó toda la familia</p>	<p>Cada vez más chicas se aficianan al mundo de los videojuegos</p>	<p>Los videojuegos son cada vez más realistas, espectaculares y de mayor presupuesto</p>
		
<p>Los juegos bélicos y con opciones de juego online como "Call of Duty" fueron (y siguen siendo) muy populares</p>	<p>Los juegos de mundo abierto como "Skyrim" contienen un mundo lleno de posibilidades para los jugadores</p>	<p>Irrupción de los juegos indies, juegos de bajo coste pero con mucho encanto</p>

		
<p>“Minecraft”, el juego indie más exitoso de la historia</p>	<p>“Angry Birds”, franquicia de fugaz pero enorme éxito para smartphones</p>	<p>“FarmVille” fue el juego social más famoso donde tuvo millones de jugadores por Facebook</p>
		
<p>A la izquierda, Kinect para X360. A la derecha, PS Move para PS3</p>	<p>“Candy Crush”, adictivo y popular puzzle de caramelos para smartphones</p>	<p>El adictivo juego de rol masivo “League of Legends” ha cautivado a millones de jugadores en todo el mundo</p>
		
<p>Nintendo 3DS, la consola portátil con efecto 3D</p>	<p>Wii U y su mando tableta con pantalla táctil</p>	<p>Xbox One, la consola de Microsoft con grandes capacidades online</p>
		
<p>PlayStation 4, la competidora de XOne con grandes capacidades gráficas y de hardware</p>	<p>Las figuritas amiibos para Wii U y New 3DS</p>	<p>“Hatred” es uno de los muchos casos de críticas y censuras que los videojuegos han sufrido</p>

		
<p>Daphne Bavelier, es una de las más destacadas neurocientíficas que investiga los efectos positivos de los videojuegos</p>	<p>Hay videojuegos que son auténticas obras visuales y narrativas</p>	<p>El videojuego "Destiny" es el producto cultural más caro de la historia, por delante de cualquier película</p>
		
<p>Los "youtubers" que se dedican a comentar juegos, como EIRubiusOMG, son unos poderosos líderes de opinión del sector</p>	<p>Satoru Iwata (derecha) anunciando la entrada de Nintendo en el sector del videojuego en Smartphone</p>	<p>La realidad virtual con Oculus Rift está llamado a ser el futuro de los videojuegos</p>
		
<p>Nicolás Wegnez, director de marketing de Nintendo Ibérica</p>	<p>Javier Abad, director de la revista "Hobby Consolas"</p>	<p>"Super Mario Galaxy" es el juego de Wii favorito de Javier Abad</p>
		
<p>Miguel De Aguilera, profesor de la UMA y ha realizado tesis sobre videojuegos</p>	<p>Laura Martín, responsable de actividades de la residencia "La Vostra Llar"</p>	<p>Un anciano jugando a "Mario Kart Wii" en la residencia "La Vostra Llar"</p>

