

FACULTAT DE TRADUCCIÓ I D'INTERPRETACIÓ

GRAU D'ESTUDIS D'ÀSIA ORIENTAL

**TREBALL DE FI DE GRAU
Curs 2017-2018**

**L'evolució de *Pokémon* i de les pràctiques de
consum dels seus jugadors**

**Clàudia Gallart del Valle
1358623**

**TUTOR/A
ARTUR LOZANO MÉNDEZ**

Barcelona, Juny de 2018

UAB
Universitat Autònoma
de Barcelona

Dades del TFG

Títol: L'evolució de *Pokémon* i de les pràctiques de consum dels seus jugadors.

La evolución de *Pokémon* y de las prácticas de consumo de sus jugadores.

The evolution of *Pokémon* and of the consumption practices of its players.

Autor/a: Clàudia Gallart del Valle

Tutor: Artur Lozano Méndez

Centre: Universitat Autònoma de Barcelona

Estudis: Estudis d'Àsia oriental

Curs acadèmic: 2017-2018

Paraules clau

Pokémon, èxit comercial, mercat internacional de l'oci electrònic, Japó, cultura popular, experiència de joc, mecàniques de joc, disseny de personatges.

Pokémon, éxito comercial, mercado internacional del ocio electrónico, Japón, cultura popular, experiencia de juego, mecánicas de juego, diseño de personajes.

Pokémon, commercial success, international market of electronic entertainment, Japan, popular culture, game experience, game mechanics, character design.

Resum del TFG

En aquest treball s'analitzen les característiques de les mecàniques de joc i del disseny dels personatges presents en els videojocs principals de la franquícia *Pokémon*, per tal de determinar què els fa atractius per als seus consumidors i fins a quin punt aquestes característiques són rellevants en l'experiència de joc. De la mateixa manera, es fa un recorregut sobre la trajectòria que l'empresa Nintendo ha tingut en el mercat de l'oci electrònic, amb la intenció de relacionar la seva posició preeminent en aquest sector amb l'èxit en la producció dels videojocs de *Pokémon*. També es comenta la preferència en la producció de consoles portàtils per part de Nintendo, decisió que ha ajudat a fomentar la comunicació entre els jugadors. Es conclou que la complementarietat entre les estratègies empresarials i la franquícia, així com la variabilitat en les seves mecàniques de joc, han contribuït al fet que un

gran nombre d'usuaris consumeixi els seus productes de manera continuada al llarg del temps.

En este trabajo se analizan las características de las mecánicas de juego y del diseño de los personajes presentes en los videojuegos principales de la franquicia *Pokémon*, con el fin de determinar qué los hace atractivos para sus consumidores y hasta qué punto estas características son relevantes en la experiencia de juego. De la misma manera, se hace un recorrido sobre la trayectoria que la empresa Nintendo ha tenido en el mercado del ocio electrónico, con la intención de relacionar su posición preeminente en este sector con el éxito en la producción de los videojuegos de *Pokémon*. También se comenta la preferencia en la producción de consolas portátiles por parte de Nintendo, decisión que ha ayudado a fomentar la comunicación entre jugadores. Se concluye que la complementariedad entre las estrategias empresariales y la franquicia, así como la variabilidad en sus mecánicas de juego, han contribuido al hecho de que un gran nombre de usuarios consuma sus productos de manera continuada a lo largo del tiempo.

This paper analyses the characteristics of the game mechanics and the design of the characters that appear in the main videogames of the *Pokémon* franchise, in order to determine what makes them attractive to their consumers and to what extent these characteristics are relevant in the game experience. Furthermore, the path that the Nintendo company has followed in the electronic entertainment market is also analysed with the intention of connecting the preeminent position in its sector with the success in the production of *Pokémon* videogames. It also discusses on the priority of producing hand-held consoles by Nintendo, which has helped to promote communication among players. It concludes that the complementarity between business strategies and the franchise, as well as the variability in its game mechanics, have made a large number of users to consume their products continuously over time.

Avís legal

Avís legal

© Clàudia Gallart del Valle, Barcelona, 2018. Tots els drets reservats.

Cap contingut d'aquest treball pot ésser objecte de reproducció, comunicació pública, difusió i/o transformació, de forma parcial o total, sense el permís o l'autorització del seu autor/de la seva autora.

Aviso legal

© Clàudia Gallart del Valle, Barcelona, 2018. Todos los derechos reservados.

Ningún contenido de este trabajo puede ser objeto de reproducción, comunicación pública, difusión y/o transformación, de forma parcial o total, sin el permiso o la autorización de su autor/a.

Legal notice

© Clàudia Gallart del Valle, Barcelona, 2018. All rights reserved.

None of the content of this academic work may be reproduced, distributed, broadcast and/or transformed, either in whole or in part, without the express permission or authorization of the author.

Índex

1. Introducció.....	6
2. Context de creació i expansió	9
3. La portabilitat.....	15
4. Anàlisi de les mecàniques de joc dels títols principals	19
4.1. Els combats.....	20
4.2. Els intercanvis	22
4.3. Col·leccionisme.....	24
4.4. Minijocs	26
4.5. Criança.....	28
4.6. Altres mecàniques que afecten a la jugabilitat	29
5. Disseny de personatges	30
6. Conclusions.....	34
7. Referències	37
7.1. Fonts documentals.....	37
7.2. Pàgines web.....	38
7.3. Videojocs	38

1. Introducció

Pokket Monsters, en japonès *Pokketo Monsutā* (ポケットモンスター), més conegut com a *Pokémon*, és una propietat intel·lectual que representa una part important de la cultura popular del Japó i que ha aconseguit expandir-se arreu del món gràcies a les seves produccions, concretament, a través dels seus videojocs. Per aquest motiu, avui en dia, constitueix una gran franquícia que va tenir els seus inicis en la col·laboració per al desenvolupament de productes d'oci electrònic, de l'estudi Game Freak i de l'empresa Nintendo, l'any 1996. La popularitat de les seves produccions i la seva ràpida expansió arreu del món han aconseguit que els mitjans de comunicació proclamïn aquesta franquícia com un dels símbols del poder cultural del Japó (Allison, 2006: 193).

Amb aquest treball es pretén descobrir els motius pels quals la franquícia s'ha mantingut vigent des dels seus inicis fins a l'actualitat, és a dir, com ha conservat la seva rellevància dins de la indústria del videojoc a llarg termini. Amb aquest fi, s'han pres com a objecte d'estudi les característiques de *hardware* i de disseny de mecàniques i personatges que estan presents en els videojocs principals¹ de *Pokémon*. La raó per la qual s'ha triat aquest objecte d'estudi, és per conèixer quins trets presenten i faciliten l'atracció i fidelització dels usuaris, de manera que aquests prefereixin consumir abans un article d'aquesta franquícia que no pas d'altres.

Al llarg del treball s'utilitzen d'alguns termes com "mecàniques", que són els elements o patrons que estableixen les normes en els videojocs, o "jugabilitat", que correspon a la interacció entre el jugador i el contingut del joc, que es fan servir en els anomenats *game studies*. Existeixen diferents plantejaments sobre com s'haurien de tractar els jocs en l'àmbit acadèmic, com per exemple, el de Brian Sutton-Smith: segons el seu raonament, els jocs representen aparells retòrics que expressen significats a través de normes i lleis (Sutton-Smith, 1997:

¹ En el treball, només s'analitzen els títols principals de la franquícia, ja que presenten característiques semblants, tant en història com en mecàniques, i són els més consumits per la comunitat de jugadors. Els jocs secundaris, com és el cas de *Pokémon Mundo misterioso* o *Pokémon Go*, entre altres, no s'han tingut en compte, ja que presenten històries i mecàniques diferents a les dels jocs principals i seria més complicat analitzar-los de manera unitària.

218). Per altra banda, trobem propostes com la de Johan Huizinga, que defineix el joc com “a free activity standing quite consciously outside ‘ordinary’ life as being ‘not serious’” (Huizinga, 1954: 13). Tot i això, en aquest treball es tracta sobre el concepte del joc, més concretament, el videojoc, com a producte de consum i de promoció de la cultura popular.

En primer lloc, per a situar al lector, a través de l'ús de diversos llibres i diferents articles, s'ha realitzat una revisió històrica de la trajectòria de l'empresa Nintendo, que gràcies a l'afebliment dels seus competidors i de la caiguda en la qualitat dels jocs produïts per aquests, va aconseguir un lloc preeminent en el mercat de l'oci electrònic durant els anys vuitanta i noranta. Aprofitant aquesta situació, l'empresa va encomanar a un dels seus treballadors, Satoshi Tajiri, que desenvolupés el primer joc de *Pokémon* per a la consola *Game Boy* al 1996. De la mateixa manera, s'han consultat fonts oficials, com les pàgines web de Pokémon, Nintendo i Game Freak, per mostrar al lector quins són els principals videojocs de la franquícia, quan es van publicar i per a quina plataforma estaven destinats.

En segon lloc, es mostra quin paper té la portabilitat de les consoles en les quals es juguen aquests videojocs, per comprovar si l'experiència de joc és més enriquidora per a l'usuari en una plataforma portàtil que no pas en una consola domèstica. A través d'aquesta anàlisi, es treballa al voltant del concepte de “joc col·laboratiu” entès com la intenció entre els jugadors per beneficiar-se mútuament. Cal destacar també que existeix una possibilitat de “joc cooperatiu”, en forma de combats dobles, o sigui, de dos contra dos, que es tracta més endavant.

Seguidament, a través de fonts directes o documents primaris, és a dir, fent ús dels títols de la franquícia com a font d'informació, s'estudien les característiques fonamentals dels videojocs de *Pokémon*, com ara els combats, els intercanvis o la interacció entre els jugadors, per tal de saber quins són els seus principals atractius per als usuaris. Per una banda, es realitza una explicació sobre els factors a tenir en compte quan es parla sobre combats i

intercanvis de *pokémon*,² i si és necessària o no la participació de més d'un jugador per tal que l'experiència de joc sigui completament satisfactòria. D'altra banda, s'analitza si el col·leccionisme que promouen aquests videojocs influeix a l'hora de jugar-hi i quins recursos s'utilitzen per tal que els usuaris vulguin completar la col·lecció de totes les criatures. Igualment, es parla sobre la introducció d'elements secundaris, en forma de minijocs, els quals provoquen que l'entreteniment que proporcionen aquests videojocs sigui més elevat que el d'altres productes d'oci electrònic. També pren rellevància el vincle emocional que sorgeix entre un jugador i els seus *pokémon*,³ ja que és un element important que contribueix en la fidelització dels consumidors amb els productes de la franquícia.

De manera paral·lela, es parla sobre l'adaptació i la renovació de les diferents mecàniques presents en els jocs al llarg dels anys, amb l'objectiu de captar nous usuaris, així com de mantenir els que ja es tenien en un principi. D'aquesta manera, la franquícia ha aconseguit créixer ràpidament, i ha adquirit un ampli grup permanent de consumidors.

Finalment, s'analitza com influeix el disseny de les criatures i dels personatges humans dels títols principals en el consum d'aquests articles envers la seva competència. Ja que Nintendo és una empresa dedicada a l'oci familiar, el disseny dels seus personatges ha d'anar dirigit a tota mena de públic. Tot i això, els principals consumidors d'aquests videojocs són nens, i les criatures que hi apareixen, per tant, han de satisfer la seva demanda.

Amb aquest treball s'espera comprovar que les mecàniques característiques d'aquests videojocs han estat claus en el consum dels mateixos i que la col·laboració entre l'empresa Nintendo amb la franquícia *Pokémon* ha contribuït a mantenir una bona posició per a ambdues en el mercat de l'oci electrònic.

² Al llarg del treball, quan s'escriu la paraula *Pokémon* en majúscula inicial, s'està fent referència a tota la franquícia. Per altra banda, quan s'escriu en minúscula inicial, es fa referència a les criatures.

³ El japonès no disposa de flexions morfològiques de plural i, per aquest motiu, s'escriurà "els pokémon", no "els pokémons".

2. Context de creació i expansió

Ja que aquest treball està dedicat als diversos videojocs de *Pokémon*, s'ofereix aquí un breu context històric d'aquesta franquícia i de l'empresa Nintendo, la qual en produeix els títols i les plataformes en les quals es juguen, perquè el lector sigui conscient del lloc que ocupen en el mercat de l'oci electrònic.

La indústria dels videojocs és un sector recent, que va establir-se als anys setanta, amb els jocs d'*arcade* o salons recreatius, els quals van donar pas al mercat de les consoles, tant de casa com portàtils. Dins d'aquest mercat, Nintendo va aconseguir un lloc destacat, amb el pas dels anys.

Tot i que les anomenades consoles domèstiques (*home consoles*) van fer el seu debut a finals dels anys seixanta, els seu auge no va arribar fins el llançament de l'*Atari 2600* l'any 1977, que va popularitzar la venda de cartutxos de videojocs (Laakso et al., 2014: 17). Paral·lelament, Nintendo va llançar la seva primera consola de casa al Japó. Segons afirma Mia Consalvo, aquests fets van provocar que el focus de la indústria del videojoc es mogués de l'*arcade* a les consoles. Aquesta tendència va col·locar a Nintendo en una posició prominent dins del negoci després de la caiguda de popularitat d'Atari i el crac del mercat de videojocs domèstics l'any 1983:

Although game arcades were initially popular and profitable, the games industry eventually moved from arcade games to home video game consoles as its central focus. [...] After Atari's rise in popularity in the USA, the market crashed due to poor quality games, and from that point, Nintendo established dominance in the console market for almost a decade. (Consalvo, 2006: 124)

Gràcies a aquesta hegemonia, Nintendo va seguir creant consoles, dedicades principalment a l'oci familiar. Al mateix temps, i a mesura que passaven els anys, la indústria del videojoc s'anava tornant cada vegada més competitiva, amb la creació de noves consoles i nous títols que feien el mercat més ampli i variat. Després de l'èxit que van suposar per a Nintendo els títols de *The legend of Zelda*, es va decidir que una de les persones que havia treballat en el desenvolupament d'aquests jocs, Satoshi Tajiri, emprengués el seu propi camí, juntament amb la seva productora, Game Freak, per a crear un nou videojoc original, basat en els seu passatemps de la infantesa, que consistia en

anar a buscar diferents tipus d'insectes al bosc i capturar-los. D'aquesta manera es va llançar l'any 1996 el primer joc de *Pokémon*, per a *Game Boy*, el qual, segons Joseph Tobin, va ser molt ben rebut pel públic a qui anava dirigit: "Japanese kids take an immediate liking to the challenge of capturing, training, and fighting Pocket Monsters." (Tobin, 2004: 6-7)

D'aquesta manera, la franquícia *Pokémon* es va anar expandint al llarg dels anys i actualment compta amb diversos jocs principals, els quals es mostren a les taules 1 i 2. Els títols apareixen agrupats de dos en dos i en ordre cronològic segons el moment del llançament de cadascun, al Japó i a Espanya. S'han agrupat d'aquesta manera, perquè cada parella de videojocs corresponents al mateix any de publicació no presenta variacions en la història o en la manera de jugar ambdues versions, l'única cosa que els diferencia entre ells són les criatures que hi apareixen.⁴

Taula 1. Jocs principals de *Pokémon*, de primera a tercera generació

Nom del joc en anglès	<i>Red / Blue Version</i>	<i>Gold / Silver Version</i>	<i>Ruby / Sapphire Version</i>
Nom del joc en castellà	Edición <i>Roja / Azul</i>	Edición <i>Oro / Plata</i>	Edición <i>Rubí / Zafiro</i>
Data de llançament al Japó	27 de febrer de 1996 i 15 d'octubre de 1996 ⁵	21 de novembre de 1999	21 de novembre de 2002
Data de llançament a Espanya	5 d'octubre de 1999	6 d'abril de 2001	23 de juliol de 2003

⁴ En aquestes taules no s'han inclòs versions superiors, és a dir, versions "ampliades" d'una de les parelles de jocs, però amb petits canvis en la història, ni *remakes* (això és tornar a llançar un joc que ja s'ha llançat anys anteriors, però amb millores gràfiques i de contingut). Per a més informació sobre els títols principals de *Pokémon* consulteu [GameFreak](#).

⁵ Al Japó es van llançar primer els jocs "verd" i "vermell", dels quals el primer mai va ser comercialitzat a l'exterior (en el seu lloc, es va exportar la versió "blava", que va ser publicada mesos més tard que les dues primeres).

Plataforma	Game Boy	Game Boy Color	Game Boy Advance
-------------------	----------	----------------	------------------

Fonts: pàgina oficial de Game Freak i pàgina oficial de Pokémon.

Taula 2. Jocs principals de *Pokémon*, de quarta a setena generació

Nom del joc en anglès	<i>Diamond / Pearl</i> Version	<i>Black / White</i> version	<i>X / Y</i>	<i>Sun / Moon</i> version
Nom del joc en castellà	Edición <i>Diamante / Perla</i>	Edición <i>Blanca / Negra</i>	<i>X / Y</i>	<i>Sol / Luna</i>
Data de llançament al Japó	28 de setembre de 2006	18 de setembre de 2010	12 d'octubre de 2013	18 de novembre de 2016
Data de llançament a Espanya	27 de juliol de 2007	4 de març de 2011	12 d'octubre de 2013	23 de novembre de 2016
Plataforma	Nintendo DS	Nintendo DS	Nintendo 3DS	Nintendo 3DS

Fonts: pàgina oficial de Game Freak i pàgina oficial de Pokémon.

Els jocs d'aquesta franquícia se solen agrupar en generacions, segons el seu any de llançament. Per tant, els primers jocs pertanyerien a la primera generació, els següents a la segona i així fins arribar a la setena, que és l'actual.

Si ens fixem en les dates de llançament podem observar dues coses. La primera és que, entre el llançament d'una generació i la consegüent, sol passar un període de temps que no acostuma a superar els cinc anys. Per altra banda, els anys que es triga en exportar els jocs fora del Japó cada cop es redueixen més, fins arribar al punt en què els jocs es llancen el mateix any a nivell mundial, com és el cas dels títols *X*, *Y*, *Sol* i *Luna*.

Aquesta ràpida expansió internacional es deu a diversos factors. En primer lloc, el protagonisme que Nintendo va donar als seus principals

consumidors, els nens, va ser clau per tal de crear jocs de qualitat adequats a les seves demandes. Això és perfectament aplicable en el cas de *Pokémon*, ja que “no hauria tingut èxit si l’equip de Nintendo no fos sensible i receptiu als desitjos dels nens i si els productes que desenvolupen fossin de mala qualitat” (Tobin, 2004: 8, quan s’ofereixen traduccions d’originals en anglès a aquest treball, la versió en català és nostra). Tenint això en compte, cal dir que a l’hora de dissenyar jocs per a nens, que van canviant de gustos a mida que van creixent, s’ha d’arribar a una proposta innovadora, que atregui molt de públic, però que a més a més, perduri al llarg del temps.

En segon lloc, el mercat de l’oci electrònic, de la mateixa manera que el de les joguines, presenta tipologies de jocs que responen en bona mesura a discursos de gènere. Sempre hi ha hagut jocs que atrauen per separat a cadascun dels gèneres socialment construïts. Tot i això, *Pokémon* va aconseguir atreure tant a públic masculí com femení, ja que la narrativa dels jocs incita als jugadors a col·leccionar i a competir, però també a cooperar (Tobin, 2004: 16). El fet que s’ajuntessin la competició i la col·laboració en un mateix joc va ser molt innovador en el moment en què es van llançar els títols al Japó, i més endavant a l’estranger. Les criatures existents en els jocs eren molt variades entre sí, ja que n’hi havia de prou atractives, o *kawaii*,⁶ per atreure a les noies i també n’existien de prou fortes per a competir, que acostuma a ser l’atractiu principal en un videojoc per als nois.

Un altre fet que cal destacar és el tipus de plataforma en la qual s’hi juga, ja que totes són portàtils. Aquest factor, segons remarca Mizuko Ito, és utilitzat per a reforçar les relacions socials, de la mateixa manera en la qual una parella jove s’envia missatges a través del mòbil, es crea “una membrana entre el món real i el virtual.” (Itō et al., 2005: 14). Aquesta membrana que descriu Itō en el seu llibre, s’entén, per tant, com un portal de connexió entre els dos mons. En

⁶ Christine R. Yano exposa diferents definicions per al terme japonès *kawaii*. Per començar, fa ús d’una traducció literal del terme, que equivaldria a la paraula *cute* en anglès. Tot i això, *kawaii* presenta certs matisos que relacionen aquest terme amb la feminitat, ja que es fa servir per a descriure coses maques o gracioses, les quals podríem associar al món femení. Les dones japoneses utilitzen aquest terme igualment per a referir-se als nadons, cosa que relaciona també aquest terme amb el món infantil. (Yano, 2013: 43)

conseqüència, el fet de poder portar amb tu aquest món de fantasia en què es creen llaços emocionals entre *pokémon* i persones fa que el jugador sigui més atret per aquest tipus de joc que no pas per un altre que estigui subjecte a una consola no portàtil, com per exemple, la PlayStation.

L'èxit que van suposar els primers jocs de *Pokémon* al Japó va dur a la franquícia a expandir-se internacionalment. Els primers anys, abans de pensar en la publicació del producte a escala global, amb marges temporals breus entre la seva aparició a diferents mercats, es va decidir llançar primer el producte al Japó, per després comercialitzar-lo a només alguns països, com els Estats Units, amb el qual es mantenien moltes relacions comercials. Aquesta estratègia era una bona manera de saber si els jocs eren ben rebuts o no a l'estranger, i si valia la pena vendre'ls fora del mercat japonès. A més a més, va ser a través de l'èxit que els jocs van tenir als Estats Units, que es va començar a comercialitzar el producte a Europa. En vista de la seva bona rebuda, tant nacional com internacional, al llarg dels anys, *Pokémon* va aconseguir crear un públic fidel prou nombrós com per atrevir-se a llançar els seus jocs el mateix any al Japó i als altres països on es comercialitzaven.

L'expansió internacional de *Pokémon* va suposar un gran impacte a nivell global, ja que, com afirma Anne Allison, "no hi ha hagut mai un joc que s'hagi expandit tan àmpliament arreu del món i que hagi anat més enllà de la raça, la llengua, els valors i la religió." (Allison, 2006: 194). L'èxit de *Pokémon* va contribuir a refermar el paper que els videojocs japonesos jugaven en el mercat de l'oci electrònic, ja que amb la baixada de qualitat dels jocs produïts als Estats Units l'any 1983, els jocs creats per empreses d'origen japonès, com Nintendo, van aconseguir revitalitzar la indústria del videojoc a tot el món. Yuko Aoyama, confirma la importància d'aquest fet: "[...] after the famous video game industry crash of 1983, which virtually wiped all demand in the US, Nintendo played a significant role in re-establishing the industry as a profitable business." (Aoyama, 2003: 424)

Un dels factors que ha contribuït a l'èxit internacional dels jocs de la franquícia, és la seva "aculturalitat", ja que, quan s'hi juga, no es perceben

elements característics, que facin pensar que aquells jocs són fets per japonesos i que estan destinats a la seva població. Tampoc hi ha elements que no es puguin entendre si no es tenen coneixements sobre la cultura japonesa i, per tant, són ben rebuts pels nens de fora del Japó, perquè són presents a través de canals publicitaris i mitjans de comunicació “culturalment familiars” (Allison, 2006: 241).

Els jocs de *Pokémon* també van suposar un canvi de rumb en la producció de videojocs, donat que en els anys anteriors a la seva creació, el mercat estava dominat pels jocs d'acció, com per exemple, les entregues de *Metroid* o *Street Fighter*, i els jocs de plataformes, com els de *Mario*. Els jocs de rol, en canvi, tenien com a referent els títols de *The Legend of Zelda*, i tenien un paper més secundari. La bona rebuda de *Pokémon* a l'exterior va fer que es comencessin a produir més jocs d'aquest estil, aportant més varietat al mercat.

Tot i la popularitat que van gaudir els videojocs de Pokémon al principi, segons Joseph Tobin suggereix, amb el pas dels anys van deixar d'ocupar una posició tan preeminent, ja que el mercat no para d'ampliar-se amb més varietat de videojocs i mecàniques més innovadores, provocant que el focus d'atenció dels nens miri cap a una altra banda:

A product line such as *Pokémon* comes to an end primarily because it fails to innovate (although that no doubt happens with some products that are “closed” systems rather than “open” systems, like Pokémon), but rather because despite innovations and the release of new characters and new versions, the brand grows old and loses its cool. (Tobin, 2004: 254)

Tanmateix, això no vol dir que *Pokémon* perdés completament la seva popularitat, ja que es produïen molts productes relacionats amb la franquícia, com ara, cartes col·leccionables o una sèrie d'animació, que eren populars entre els nens de tot el món. Actualment, *Pokémon* continua sent una de les franquícies més rentables de l'oci electrònic i la comunitat espera amb expectativa la publicació de lliuraments per a la consola *Nintendo Switch*, que es va comercialitzar al 2017 i uneix portabilitat amb alt rendiment, propi de les consoles domèstiques.

3. La portabilitat

Per entendre la influència de la portabilitat a l'hora de jugar als títols de *Pokémon*, en aquest apartat es farà una breu anàlisi sobre el paper clau que tenen les consoles portàtils de Nintendo en l'experiència de joc i en les relacions entre els jugadors.

Dins de la indústria de l'oci electrònic, s'hi pot trobar una àmplia gamma de plataformes o consoles. Una de les característiques principals que les diferencia entre elles és si són portàtils o no. La portabilitat influeix, principalment, en la qualitat dels gràfics i en la capacitat de memòria interna de la consola. En altres paraules, les plataformes portàtils han de ser més petites i manejables que no pas les domèstiques, que acostumen a ser grans, pesades i presenten parts separades, com els comandaments. Es podria dir, per tant, que degut a les seves dimensions, una consola domèstica proporciona al jugador una experiència de joc més real gràficament i emmagatzema moltes més dades que una portàtil. Això, però, no ha estat un impediment per l'auge que han tingut les plataformes portàtils des de la seva creació fins a l'actualitat.

Com s'ha mencionat en l'apartat anterior, la indústria del videojoc va començar dominada pels salons recreatius i les màquines de jocs d'*arcade*, que, d'alguna manera es podrien considerar com a plataformes de joc no portàtils. Amb el pas dels anys, l'*arcade* va anar perdent progressivament popularitat, a mesura que augmentava el ventall de les primeres consoles domèstiques.

Nintendo, per la seva banda, va produir l'any 1980 la seva primera consola portàtil, anomenada *Game&Watch*. Pocs anys més tard, l'empresa va llançar una de les plataformes domèstiques per a videojocs amb més èxit dins del seu sector l'any 1983, anomenada *Family Computer* (ファミリーコンピュータ) o *Famicom* (ファミコン), la qual posteriorment va ser modificada i exportada als Estats Units sota el nom de *Nintendo Entertainment System* o *NES* (Donovan, 2010: 166). Tot i això, uns anys més tard, segons Yuko Aoyama, "la posició de Nintendo es va solidificar amb l'èxit de la seva consola portàtil *Game Boy* (1989)" (Aoyama, 2003: 427), per a la qual va sortir el primer joc de *Pokémon* l'any 1996. A partir

d'aquest èxit, tot i que la companyia va seguir fabricant més consoles domèstiques, l'empresa va dedicar més recursos a desenvolupar plataformes portàtils, seguint la línia de la *Game Boy*, els anys següents. A la Taula 3 es mostren les consoles llançades al Japó per Nintendo des del llançament de la *Game Boy* (1989) fins l'any 2017.

Taula 3. Consoles de Nintendo (1989-2017)⁷

Any de llançament	Nom de la consola	Tipus de consola
1989	Game Boy	Portàtil
1990	Super Famicom	No portàtil
1996	Nintendo 64	No portàtil
1998	Game Boy Color	Portàtil
2001 (març)	Game Boy Advance	Portàtil
2001 (setembre)	Nintendo GameCube	No portàtil
2003	Game Boy Advance SP	Portàtil
2005	Nintendo DS	Portàtil
2006	Nintendo Wii	No portàtil
2011	Nintendo 3DS	Portàtil
2012	Nintendo Wii U	No portàtil
2013	Nintendo 2DS	Portàtil
2017	Nintendo Switch	Portàtil i no portàtil

Font: pàgina oficial de Nintendo.

Com es pot observar, Nintendo ha produït més plataformes portàtils, que no pas domèstiques. El fet més destacable de la taula és que la *Nintendo Switch* combina ambdues característiques, ja que s'ha aconseguit crear una consola

⁷ En aquesta taula no s'han inclòs versions millorades de les consoles, com, per exemple, la Nintendo DS Lite, versió millorada de la Nintendo DS o la New Nintendo 3DS, versió millorada de la Nintendo 3DS. Per a més informació, consulteu la pàgina de [Nintendo](#).

portàtil que pot transformar-se fàcilment en una domèstica, deixant així que sigui l'usuari qui decideixi com vol jugar-hi.

Un dels avantatges que proporciona la portabilitat en una consola és que permet al jugador passar temps fora de casa, ja que amb una consola domèstica només es pot jugar en un espai familiar i tancat, degut a la necessitat de corrent elèctric. Això es va aprofitar durant la producció de títols com els de *Pokémon*, que busquen, a part d'entretenir als seus consumidors, un desenvolupament actiu de les relacions socials entre els jugadors, ja sigui a través de la competició o de la col·laboració. Jugar fora de casa implica conèixer gent nova i fomentar noves amistats, les quals no es podrien aconseguir a través d'una consola domèstica, que impossibilita jugar en espais d'exterior.

La portabilitat fa més factible la participació de més d'un jugador, mentre que les consoles domèstiques fomenten més la individualitat, ja que si no es disposa de més d'un comandament, només hi pot jugar un individu. Tanmateix, amb la incorporació de la connexió a internet a la majoria de plataformes existents, els usuaris poden interactuar amb altres jugadors sense haver de sortir de casa. Però aquesta realitat no treu importància al fet que els jocs de *Pokémon* estiguin lligats a les plataformes portàtils, perquè han fomentat la comunicació directa entre jugadors des dels seus inicis, reforçant les trobades cara a cara, sobretot quan s'han de realitzar intercanvis.

L'eslògan amb el qual s'identifica *Pokémon* és "Hazte con todos" o "Gotta catch 'em all" en anglès, que fa referència a atrapar a totes les criatures que existeixen en els jocs. Precisament aquesta frase fa que tingui més sentit produir els títols per a plataformes portàtils que no pas per a les domèstiques. Es busca que els nens surtin a fora a explorar el món que els rodeja per què mai se sap què s'hi pot trobar. D'aquesta manera, ja sigui dins del joc o a la vida real, es desperta la curiositat dels jugadors, ja que en un mateix escenari es poden trobar diverses criatures diferents, i no totes són fàcils d'atrapar.

A més a més, Nintendo va idear un sistema de connexió entre les seves plataformes portàtils: el "cable link". Aquest cable estava destinat a ser usat per la *Game Boy* i també per connectar-la amb la seva successora, la *Game Boy*

Advance. Va resultar ser una tecnologia innovadora en una època en la qual no existia la connexió inal·làmbrica com es coneix actualment. La connexió entre consoles domèstiques hagués estat molt més complicada, ja que es necessitaria estar en algun lloc amb corrent elèctrica, amb les dues consoles i amb cables diferents per connectar-les. Les consoles portàtils fusionen la pantalla i el comandament de les domèstiques per poder facilitar el transport i la connexió entre elles a través d'un sol artefacte, el *cable link*. Amb el pas dels anys, i les millores tecnològiques, es va substituir el *cable link* per un aparell de connexió inal·làmbrica, que resultava molt més còmode en el moment de connectar les consoles entre elles. A la imatge 1 es mostra aquest aparell:

Imatge 1. Adaptador inal·làmbric per a connectar *Game Boy Advance*



Font: fotografia nostra.

Nintendo va aprofitar el fet de poder connectar les seves consoles portàtils entre sí per produir videojocs interactius com els de *Pokémon* i fomentar les vies de comunicació entre els seus usuaris. L'ús d'un artefacte tan senzill com aquest ha suposat un gran encert per a la producció de noves plataformes portàtils, ja que, amb el pas dels anys, Nintendo ha anat fabricant consoles amb la connexió inal·làmbrica incorporada i actualment es pot accedir a internet a través d'elles amb la tecnologia Wi-Fi, que s'aprofita també per a jugar online.

La portabilitat afecta positivament en les relacions entre els jugadors i ha afavorit que es desenvolupin noves tecnologies per a connectar les consoles entre elles.

4. Anàlisi de les mecàniques de joc dels títols principals

Els títols principals de *Pokémon* mantenen unes característiques semblants entre ells. Tot i això, amb cada joc nou s'hi van afegint noves dinàmiques amb les quals l'experiència a l'hora de jugar-lo es va renovant al mateix temps que es manté l'essència del primer joc.

Els videojocs de *Pokémon* són de rol, més comunament anomenats RPG (*Role-Playing Game*). En aquest tipus de jocs, el jugador assumeix el paper del protagonista de la història, cosa que implica que ell mateix s'identifica amb el personatge fictici que controla. Aquest emmirallament del jugador en el personatge protagonista, fa que l'experiència de joc sigui més atractiva, perquè és una manera de desconnectar del món real i crear la seva pròpia aventura en un món de ficció virtual. Anne Allison afegeix que "*Pokémon* és un joc que va més enllà del món del joc en sí" i que "aquesta és la característica que el distingeix d'altres jocs" (Allison, 2006: 199), ja que és un plantejament de joc innovador, que està dirigit a fomentar les interaccions directes entre els seus jugadors, és a dir, que promou més la relació persona-persona que la relació persona-videojoc.

L'objectiu principal, present en tots els títols, és arribar a convertir-se en campió de la Lliga Pokémon, per demostrar que s'és l'entrenador més qualificat de la regió i del món sencer. Per tal d'aconseguir aquest objectiu, al principi del joc, es fa entrega d'una d'aquestes criatures anomenades pokémon⁸ al jugador. Tanmateix, l'entrega no és un partit pres, sinó que el jugador ha d'escollir un entre tres monstres (anomenats "pokémon inicials") diferents perquè l'acompanyi durant la seva aventura. Així doncs, podem observar que ja des del principi del joc es convida al jugador a participar-hi activament, fent que ell prengui les seves pròpies decisions i no deixant-lo ser un simple espectador dels esdeveniments.

La principal manera d'avançar en la història en els diferents jocs és realitzant combats entre els pokémon propis i els dels altres jugadors o, com se'ls sol anomenar, els altres entrenadors. Es fa servir el terme "entrenador" per

⁸ En endavant s'escriurà *pokémon* en rodona quan es faci referència a les criatures o mascotes, i no a la franquícia o als seus títols.

anomenar a les persones que posseeixen pokémon, ja que a través de la mecànica de combat, les criatures van creixent mitjançant la seva evolució i es van tornant cada cop més poderoses. Per tant, és com si l'entrenador criés una mascota des que és petita, fins que creix i arriba a l'edat adulta, és a dir, que l'entrena. El fet de dedicar temps a l'entrenament d'una d'aquestes criatures, és un dels factors que fa que aparegui un vincle afectiu entre jugador i pokémon. Per altra banda, el fet de només poder acompanyar-se amb sis criatures, que componen el que s'anomena "equip", fa que el jugador es decanti per les que més li agraden d'entre les moltes espècies existents, i d'aquesta manera, es reforça més el vincle anteriorment mencionat. Aquest llaç afectiu és un dels factors que resulta atractiu perquè l'usuari vulgui dedicar més temps a aquest tipus de joc que no pas a d'altres.

En els títols principals, a part de la història, s'observen dues mecàniques fonamentals que afecten a l'experiència de joc: els combats i els intercanvis. Aquestes mecàniques estan integrades dins d'un mateix joc, juntament amb la trama i amb alguns minijocs, obrint així una àmplia gamma de possibilitats als jugadors per a poder desenvolupar la seva aventura com ells vulguin.

4.1. Els combats

Dins de la mecànica dels combats, entren en joc diversos factors. En primer lloc, cada pokémon és d'un tipus elemental determinat. Existeixen actualment divuit tipus elementals, que són: aigua, foc, planta, elèctric, acer, psíquic, fada, verí, terra, volador, normal, lluita, roca, fantasma, drac, insecte, gel i sinistre. Tots aquests tipus presenten debilitats i resistències entre ells. Un sol pokémon pot posseir un total de dos tipus alhora, però també és possible que en posseeixi només un. Per exemple, podem trobar pokémon de tipus aigua i pokémon de tipus aigua i gel. La combinació de tipus en un sol monstre amplia el nombre d'estratègies que el jugador pot pensar en el moment de combatre, ja que pot suposar un avantatge o un desavantatge. El coneixement dels diversos tipus i les seves interaccions fan més amens els combats entre pokémon per als jugadors.

En segon lloc, a mesura que un pokémon va creixent i guanyant experiència, aquest puja de nivell. El nivell també és important a l'hora de combatre, ja que un nivell superior implica més força contra nivells inferiors. Cada pokémon aprèn diversos moviments quan arriba a un nivell determinat però només pot tenir disponibles un total de quatre alhora, que són els que farà servir durant els combats. Tots els moviments són d'un dels tipus anteriorment esmentats. El tipus de cada pokémon influeix en el dels moviments que pot aprendre, ja que, per exemple, hi ha pocs pokémon de tipus aigua que puguin aprendre un moviment de foc i viceversa. Si un pokémon que ja coneix quatre moviments està preparat per aprendre'n un de nou, s'haurà d'esborrar un dels quatre anteriors, segons el criteri de l'entrenador. També és possible no esborrar-ne cap, en cas que al jugador no li interessi que la seva criatura aprengui aquell moviment en concret, perquè està conforme amb els que ja posseeix. A la imatge 2 es mostra un exemple d'un pokémon dins del joc amb els seus quatre moviments actuals:

Imatge 2. fitxa tècnica dels moviments d'un pokémon



Font: fotografia nostra, a partir de Pokémon edició Diamante.

A la imatge es veu el tipus de cada moviment, al costat del nom dels mateixos. A sota d'aquests, s'observen les sigles "PP" (Punts de Poder), que fan referència al nombre d'usos de cada moviment. Si es dona el cas que un pokémon ha gastat tots els PP dels que disposa, per defecte es farà servir un

moviment anomenat “combate”, per tal de poder seguir lluitant, el qual causarà mal al pokémon contrari però la criatura que el faci servir rebrà la meitat del mal ocasionat a l’adversari. A la imatge també s’hi observa el nivell que té el pokémon i l’objecte que porta. Cada monstre pot portar un objecte equipat, el qual efectua una funció determinada.

Els combats entre pokémon es realitzen per tornos. En un torn només es pot realitzar una acció, ja sigui atacar, fer servir un objecte, o fugir en cas que sigui una lluita contra una criatura que no pertanyi a cap entrenador, la qual s’anomena “pokémon salvatge”.

A mesura que els títols han anat evolucionant amb el pas dels anys, també ho han fet els combats. A la tercera generació, es va implantar una nova modalitat de lluita: el combat doble. Fins a aquell moment, els combats entre pokémon eren sempre d’un contra un. Afegint la possibilitat de lluitar dos contra dos, es va dificultar el fet de planejar una estratègia per a derrotar als adversaris, alhora que s’incentivava als jugadors a pensar en noves maneres d’afrontar les batalles. Els combats dobles representen una manera de mantenir una mecànica ja coneguda, però plantejada des d’una altra perspectiva que la fa atractiva i innovadora, al mateix temps que roman familiar. Això fa que els jugadors que ja hagin experimentat amb algun dels videojocs de *Pokémon* segueixin jugant als que surten anys més tard, alhora que s’atrau a usuaris nous que no hi havien jugat mai, creant així un públic cada cop més gran que consumeixi els títols principals.

En tenir el coneixement de la informació bàsica sobre els combats entre pokémon, s’observa la clara influència de les decisions que el jugador pren abans i durant els combats, ja que és ell qui decideix quins pokémon l’acompanyen i pugen de nivell, a més a més de decidir quins moviments posseeixen, i quines accions realitza durant el seu torn, per tal de sortir victoriós en la majoria de batalles possibles i poder avançar en el joc.

4.2. Els intercanvis

Una altra mecànica de joc característica dels títols de *Pokémon* és l’intercanvi. El fet que les diferents edicions tinguin dues versions no és casual.

El contingut dels diferents videojocs de *Pokémon*, pel que fa a la història, no varia, però en cadascun dels títols hi ha una sèrie de criatures (anomenats “pokémon exclusius”) que només es poden obtenir a través de l'intercanvi, ja que no apareixen per si sols en aquell videojoc en concret. Això incentiva al jugador a entaular bescanvis amb altres entrenadors.

Els intercanvis estan relacionats amb un objecte d'emmagatzematge de pokémon, anomenat “PC”. Quan un jugador atrapa un monstre i no té espai a l'equip per a dipositar-lo, el joc l'envia al PC, on les criatures queden classificades per caixes. A la primera generació sobre tot, l'ús del PC resultava bastant incòmode, ja que si es volien dipositar i treure diversos pokémon alhora, la operació s'havia de realitzar d'un en un. Per aquest motiu, durant les següents generacions es va millorar cada cop més aquesta mecànica per tal que fos molt més simple moure els pokémon de lloc amb més facilitat. Això estimula més als jugadors a realitzar intercanvis, ja que és necessari fer servir el PC per a buscar les criatures que es volen bescanviar.

Alguns intercanvis resulten necessaris per tal de disposar de pokémon determinats, ja que hi ha espècies que només poden evolucionar a través d'aquesta mecànica. Gran part dels intercanvis es fan per aquesta raó, ja que un pokémon evolucionat implica més força i més possibilitats de guanyar combats.

Dins del propi joc es poden realitzar intercanvis, però també és possible intercanviar pokémon entre dos jugadors. D'aquesta manera, segons Allison, “la necessitat d'intercanviar embolcalla als jugadors en xarxes de relacions socials” (Allison, 2006: 203). Així doncs, s'incentiva la comunicació entre els jugadors, en convertir una experiència de joc que a simple vista sembla individual i competitiva en una col·lectiva i col·laborativa.

Els intercanvis, d'igual manera que els combats, han anat evolucionant. Fins a la quarta generació, els intercanvis eren més feixucs perquè el sistema era lent i poc pràctic, ja que per tal de poder intercanviar les criatures, el jugador havia de tenir-les a l'equip. Actualment resulta molt més senzill, ja que els pokémon es poden intercanviar directament des del PC. Accelerant el procés d'intercanvi amb el pas dels anys, els jugadors realitzen cada cop més aquest

tipus d'operació i no només s'aconsegueixen pokémon més forts sinó que també s'incentiven les ganes dels jugadors d'aconseguir a totes les espècies.

4.3. Col·leccionisme

Intercanviar pokémon facilita completar la col·lecció de totes les criatures, que és també un dels objectius dels títols principals, tot i que sol romandre en un segon pla. Actualment existeixen més de set-cents pokémon, ja que amb l'inici de cada nova generació s'introdueixen noves espècies, juntament amb nous moviments i combinacions de tipus. Aquest fet permet reforçar positivament als usuaris per a seguir buscant més criatures i completar la seva col·lecció. Des del principi del joc, s'encoratja al jugador per aconseguir atrapar tots els pokémon existents, per enregistrar-los en una mena d'enciclopèdia anomenada *Pokédex*. Tot i això, no és necessari completar-la per aconseguir finalitzar la història principal, però si s'arriba a fer, un dels personatges del joc entrega un diploma commemoratiu al jugador. Aquest títol simbòlic presenta certa oficialitat ja que els mateixos productors del joc, pertanyents a Game Freak, es mostren representats com a personatges no jugables dins dels videojocs principals de *Pokémon* i són ells qui atorguen el diploma al jugador. A la següent imatge es veu clarament la representació de l'oficina de de Game Freak.

Imatge 3. Game Freak dins del joc



Font: fotografia nostra, a partir de Pokémon edición Azul.

Es pot observar a la part esquerra de la imatge com el jugador llegeix el cartell on s'indica que es troba a la sala de desenvolupament de Game Freak. A la part dreta, es veu com un dels personatges, que seria desenvolupador del joc,

li diu al jugador: “¡Cuando termines ven a decírmelo!”. Aquesta frase fa referència a aconseguir enregistrar a tots els pokémon a la *Pokédex*, o el que és el mateix, adquirir-los a tots.

Capturar a totes les criatures requereix desplegar habilitats diferenciades i depèn de diversos factors. En primer lloc, cada pokémon té un hàbitat diferent. Els videojocs principals estan determinats per la regió en la que es desenvolupen, és a dir, el territori on transcorre la història a través de la qual el jugador va avançant. Per exemple, la primera generació té lloc a la regió de Kanto, la segona a la de Johto i així successivament. Si el jugador es limita a buscar criatures en un mateix escenari de la regió, com podria ser en una sola ciutat o en un únic camí, sempre acabarà trobant els mateixos exemplars i no progressarà amb la seva col·lecció. D'aquesta manera es permet que l'usuari explori cada racó de la regió, per tal de proporcionar una experiència de joc més dinàmica i amb llibertat de moviment. A més a més, quan es finalitza la història del joc, no s'acaba la partida, ja que el jugador té la possibilitat de seguir jugant-hi i anar a qualsevol lloc de la regió en busca de les criatures que encara no posseeix.

En segon lloc, l'evolució de les diferents criatures no és sempre igual. La majoria de pokémon evolucionen després d'haver assolit cert nivell, però aquest mètode no funciona sempre, ja que a vegades els monstres necessiten condicions especials per poder evolucionar, com per exemple, l'ús d'objectes com les pedres evolutives (que fomenta encara més l'exploració d'escenaris) o la realització d'un intercanvi (que fomenta el vessant multijugador). Amb aquesta variabilitat en l'evolució de cada espècie, s'emfatitza aquesta dinamització en l'experiència de joc que s'ha comentat anteriorment, que manté despert l'interès dels jugadors en la tasca que duen a terme. Si les criatures s'obtinguessin sempre a través del mateix mètode i seguissin sempre el mateix patró d'evolució, el joc acabaria sent massa fàcil i correria el risc de tornar-se avorrit. Per tant, fent que el jugador realitzi activitats diferents per tal d'arribar al seu objectiu, que en aquest cas seria completar la col·lecció, s'aconsegueix que l'entreteniment que s'obté a través dels títols principals de *Pokémon* duri més temps que no pas el que proporcionen altres videojocs.

4.4. Minijocs

A banda de la història i d'altres mecàniques explicades anteriorment, existeixen una sèrie de minijocs que contribueixen a que el ventall d'entreteniment que ofereixen els títols principals sigui més ampli. Amb cada generació han anat apareixent nous minijocs.

De la mateixa manera que els combats i els intercanvis han anat evolucionant, també s'ha innovat en aquest sentit. Tanmateix, el jugador no està obligat a participar en aquests minijocs per avançar durant la seva aventura, ja que no influeixen en el desenvolupament de la història. Per tant, representen un entreteniment secundari i opcional, tot i que, per altra banda, participar-hi pot resultar útil per a completar la *Pokédex*, ja que existeixen pokémon que només s'obtenen a través d'alguns dels minijocs que s'explicaran a continuació.

El minijoc més popular, present en la majoria de videojocs principals, és l'anomenada "zona safari". Es tracta d'un lloc, situat en una de les ciutats, on el jugador va a atrapar criatures d'una manera diferent a la que s'empra normalment. El procés normal per capturar a un pokémon salvatge és a través d'un combat. En canvi, a la zona safari no es fa ús de cap criatura en possessió del jugador per a capturar els monstres que s'hi troben allà, sinó que és el jugador qui els ha de capturar fent ús d'altres mecàniques.

A través de la zona safari el jugador experimenta una nova manera de realitzar una activitat ja coneguda, plantejada d'una forma diferent. D'aquesta manera s'encoratja al jugador a que vagi a buscar les misterioses criatures que habiten al safari i s'aporta variabilitat en el procés de captura de pokémon.

Un altre minijoc present en la majoria de títols principals és l'anomenat "casino". El funcionament és senzill, ja que es tracta d'un espai localitzat en una de les ciutats de la regió on hi ha màquines escurabutxaques, a través de les quals es guanyen o es perden fitxes. Aquestes fitxes són una moneda de canvi diferent als diners que es guanyen a través de les victòries obtingudes en els combats entre pokémon i només es poden aconseguir jugant al casino. Si s'arriba a obtenir una quantitat determinada de fitxes, es poden aconseguir dos

tipus de premis: pokémon o objectes. De fet, existeix un pokémon que només es pot obtenir mitjançant aquest mètode.

El següent minijoc tracta sobre els “concursos pokémon”, que es desenvolupen en un estadi, on quatre criatures competeixen per guanyar en una de les cinc categories (bellesa, carisma, ingeni, duresa i dolçor). Els concursos s’estructuren en tres fases. En la primera, el públic vota al pokémon que més li agrada en funció dels *pokécubos*⁹ que se li hagin administrat prèviament, és a dir, que com més *pokécubos* hagi rebut un pokémon, millor puntuació obtindrà. En la segona fase, cada pokémon exhibeix els seus moviments. Per últim, el jurat anuncia el pokémon guanyador del concurs, en base als resultats obtinguts en les dues primeres fases. D’igual manera que en el casino, si es guanyen concursos es poden obtenir premis en forma d’objectes.

En els concursos, els moviments substitueixen el seu tipus per les diferents categories dels concursos, tal com es mostra en la següent imatge:

Imatge 4. moviments d’un pokémon per a un concurs



Font: fotografia nostra, a partir de Pokémon edición Diamante.

El pokémon que es mostra en aquesta imatge és exactament el mateix que s’ha fet servir a la imatge 2, per tant, els seus moviments es mantenen igual.

⁹ Els *pokécubos* són objectes específics per als concursos pokémon que serveixen per a desenvolupar una característica corresponent a una de les cinc categories esmentades anteriorment. Per exemple, si el jugador desitja pujar al màxim el carisma d’un pokémon, ho pot aconseguir fent servir una quantitat determinada de *pokécubos*.

La diferència és que en aquesta il·lustració s'observa que els tipus dels seus moviments han canviat, tal com s'ha explicat abans.

Els concursos representen una mecànica de joc innovadora que busca una nova manera d'entretenir al jugador, deixant de banda la història, els combats i els intercanvis. A través dels concursos, els usuaris poden gaudir de dos jocs en un, és a dir, un en el que poden explorar la regió i aconseguir noves criatures i un altre en el que poden dedicar temps al desenvolupament artístic dels seus pokémon per tal de guanyar els esmentats concursos. A més a més, els premis adquiribles a través d'aquest minijoc constitueixen un reforç positiu que anima als jugadors a voler participar-hi.

4.5. Criança

En els títols principals, és possible fer que una parella de pokémon es reproduïxi. Per tal d'aconseguir-ho, s'ha de fer ús d'un recinte anomenat "guarderia", en el qual s'hi depositen les dues criatures (mascle i femella) que el jugador vol que procreïn, per tal d'obtenir un nou pokémon. Un cop la parella s'ha reproduït amb èxit, el jugador rep un ou, del qual naixerà la nova criatura. A través d'aquesta mecànica s'obtenen pokémon que requereixen un entrenament més llarg, ja que és com criar a un nadó. D'aquesta manera s'afavoreix l'aparició del vincle entre l'entrenador i la criatura que té al seu càrrec. Allison explica que, en japonès, es fa ús del terme *sodateru* (育てる), que fa referència a la criança dels fills, quan es parla sobre l'entrenament dels pokémon: "Using the Japanese word for child rising (*sodateru*), he [Kubo Masakazu]¹⁰ told me: 'I raised *Pokémon*, which is why I feel a particular bond with it.'" (Allison, 2006: 193).

A part d'això, aquesta mecànica de reproducció es fa servir per dos motius principals. El primer és per aconseguir els anomenats "pokémon bebès", els quals són necessaris per a completar la col·lecció i només són adquiribles a través d'aquest mètode. El segon és per aconseguir monstres amb característiques millorades per tal de poder guanyar els combats més fàcilment.

¹⁰ Aquest artista va convertir els videojocs de *Pokémon* en una versió en forma de còmic.

La fi de la cria de pokémon competitiu és per a participar en els diferents campionats que organitza la franquícia *Pokémon*. Aquestes competicions poden ser presencials o en línia i s'organitzen cada cert temps.¹¹ Tot i això, aconseguir criar a un pokémon competitiu depèn de molts factors i és una tasca desafiant, que requereix molta paciència i dedicació.

La cria és una mecànica més a tenir en compte en la variabilitat a l'hora d'obtenir les diferents criatures per a completar la col·lecció. Al mateix temps, és una manera efectiva per a reforçar el vincle entre jugador i pokémon.

4.6. *Altres mecàniques que afecten a la jugabilitat*

Una característica comú en tots els jocs, és el fet de poder fer únicament una sola partida. Les consoles portàtils, com ja s'ha comentat a l'apartat de portabilitat, tenen poca capacitat d'emmagatzematge. El contingut d'aquest tipus de joc sol ser molt ampli i, per tant, ocupa molta memòria. Aquí es reforça la idea d'individualitat, ja que la partida única de la qual es disposa, pertany a l'usuari que la inicia i, si el jugador decidís començar de nou, totes les coses que hauria aconseguit en aquella partida desapareixerien com si no haguessin passat mai. És per això que el vincle entre un jugador i la seva partida és prou fort com perquè hi hagi poca gent que comenci de nou després d'haver-li tret el màxim profit al seu joc.

És per aquest motiu també, que els jugadors prefereixen comprar el videojoc següent, que no pas reiniciar algun dels que ja disposa, perquè això representa començar una nova aventura amb nous reptes i noves criatures, mentre que, si en algun moment es volgués reprendre la partida d'algun dels títols previs, es podria fer amb total seguretat de no haver perdut res del que s'havia aconseguit anteriorment.

¹¹ Per a més informació sobre competicions programades, consulteu la pàgina web de [Pokémon](#).

5. Disseny de personatges

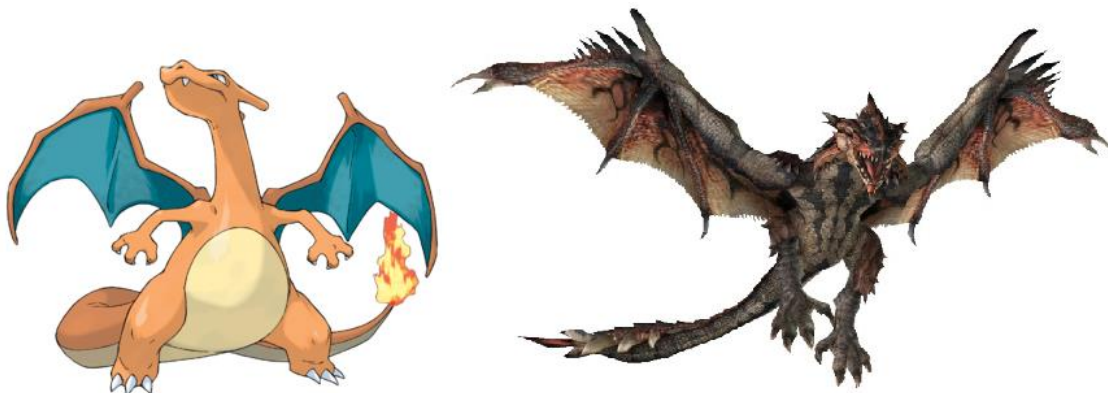
Per tal de potenciar i mantenir la implicació dels jugadors en els títols principals de *Pokémon*, és essencial que els personatges siguin prou atractius com per a captar l'interès dels jugadors, ja que representen la primera impressió que s'obté d'aquests videojocs.

Podem observar dos tipus de personatges en els jocs: pokémon i humans. Per a dissenyar les criatures, s'ha de tenir en compte que estiguin adaptades a les necessitats del públic al qual van dirigides, per tal que vulguin saber més coses sobre elles i que apareguin les ganes de començar a jugar als títols de *Pokémon*. De la mateixa manera, és important que el personatge protagonista humà sigui prou atractiu com perquè el jugador es pugui identificar amb ell.

La majoria de criatures estan basades en éssers vius reals, com, per exemple, ocells, insectes, plantes o mamífers, com és el cas de *Pikachu*, el pokémon més popular i conegut de la franquícia, que està basat en un ratolí. Tanmateix, a través de la introducció de noves espècies al llarg dels anys, apareixen també criatures basades en objectes inanimats, com làmpades, espases o engranatges, entre altres.

L'aspecte dels pokémon no és realista, si el comprem amb el de les criatures dels títols de *Monster Hunter*, per exemple, sinó que més aviat representen una modificació de la realitat adaptada a l'imaginari infantil, ja que els nens en són els principals consumidors. Per aquest motiu, el públic percep als pokémon com a criatures agradables o *kawaii*, mentre que a *Monster Hunter* s'associen les seves bèsties a monstres realistes i temibles, perquè estan adaptades a un públic d'una franja d'edat més elevada. A la següent imatge podem veure una comparativa entre dues de les criatures d'aquests dos jocs.

Imatge 5. Comparativa entre una criatura de *Pokémon* i una de *Monster Hunter*



Esquerra: [Charizard, de Pokémon] Font: <http://es.pokemon.wikia.com/wiki/Charizard> Dreta: [Rathlos, de Monster Hunter] Font: <http://www.vgamerz.com/the-vgamerz-monster-files-rathalos-monster-hunter/>

Les dues criatures estan basades en un drac. Es pot observar que el disseny del pokémon està caracteritzat com un dibuix animat, mentre que el disseny de la bèstia de *Monster Hunter* es mostra més versemblant. Tot i així, el disseny dels pokémon ha anat evolucionant amb el pas dels anys, i gràcies a l'ús de les noves tecnologies i l'aparició de noves criatures amb cada generació, s'ha aconseguit incorporar millores en el disseny i en l'animació dels personatges.

Al llarg dels anys s'han anat introduint canvis per tal de millorar l'aparença i la mobilitat dels pokémon, els quals han contribuït en la versemblança d'aquestes criatures. El pas de les animacions 2D al 3D en els videojocs principals ha suposat un canvi important en aquest aspecte, ja que els pokémon, tot i seguir recordant al seu disseny original de dibuix animat, semblen més reals que en els primers videojocs, tal i com s'observa en la següent imatge.

Imatge 6. Evolució del disseny d'un pokémon



Font: elaboració pròpia, aparença de Pikachu, a Pokémon edición Azul, Oro, Zafiro, Diamante i X.

Veient aquesta evolució, resulten evidents les millores en l'aspecte físic. De la mateixa manera, les animacions dels pokémon també han anat evolucionant, ja que en els primers videojocs les criatures pràcticament no es movien i a mesura que han anat avançant les generacions, s'incorporen cada cop més moviments fluids i naturals, que han ajudat a aconseguir aquest apropament cap a la realitat. Per tant, com més reals semblen les criatures, més atractives resulten per a l'usuari i més es potencia l'aparició del vincle entre jugador i pokémon.

El disseny dels pokémon resulta agradable a nivell visual per als seus consumidors, ja que, si comparem a una de les criatures amb la seva inspiració, és a dir, amb l'ésser en el qual s'ha basat el seu disseny, es pot notar com s'han atenuat algunes parts que l'usuari podria percebre de manera negativa i que suposarien un obstacle a l'hora de decidir si es vol començar a jugar a algun dels títols de *Pokémon*.

Imatge 7. disseny d'un pokémon basat en un ésser viu real



Esquerra: [El pokémon Zubat] Font: <https://tzblacktd.deviantart.com/art/041-Zubat-Female-617876441> Dreta: [Un ratpenat real en una posició semblant a la de Zubat] Font: https://commons.wikimedia.org/wiki/File:CNX_UPhysics_17_00_Bat.jpg

En aquesta imatge es veu clarament com s'han suavitzat la cara i les dents del pokémon, basat en un ratpenat, de tal manera que no sorprenen tant com els trets reals d'aquest ésser viu. Tanmateix les ales presenten un disseny semblant entre ambdues criatures. Finalment, l'ús d'una gamma de colors reduïda i simple influeix també en l'agradable percepció visual del pokémon.

Així doncs, el disseny de les criatures està pensat per a ser ben rebut de manera immediata i agradar al major nombre de persones possible, ja que fins i tot les criatures més terribles acaben obtenint un disseny atenuat, que en redueix les característiques més agressives.

El personatge principal que controla el jugador, l'humà, està caracteritzat també d'una manera en que els seus trets atreguin al major nombre d'usuaris. Els diferents personatges protagonistes presenten certes característiques en comú entre ells, com, per exemple, que tots tenen aspecte d'adolescent, tot i que representen a nens de deu anys. A la primera generació, el personatge principal només podia ser un noi. Va ser a partir de la segona, que es va incloure a una noia com a protagonista, donant la opció al jugador d'escollir quin dels dos preferia. D'aquesta manera augmenta la diversitat entre els jugadors i es trenca el predomini d'un gènere respecte l'altre, creant així un videojoc atractiu per a ambdós, a través dels seus personatges principals.

En els títols més actuals, s'ha introduït la possibilitat de personalitzar el personatge principal a través de la roba, el color de la pell i el dels ulls, ja que, fins a la sisena generació, el disseny del protagonista era fixe i no es podia canviar. Amb la opció de poder alterar aquestes característiques, es reforça la identificació del jugador amb el seu personatge i d'aquesta manera els usuaris prefereixen jugar als títols de *Pokémon* abans que a altres videojocs.

6. Conclusions

Recollint tot el que s'ha dit al llarg d'aquest treball, s'ha arribat a diverses conclusions, que determinen que la vigència de la franquícia *Pokémon* és deguda a una sèrie de factors, els quals li han proporcionat estabilitat i preeminència en el mercat mundial de l'oci electrònic, així com han aconseguit crear una àmplia comunitat de jugadors arreu del món.

En primer lloc, el fet que l'empresa Nintendo revitalitzés la indústria del videojoc als anys vuitanta, va provocar que els articles produïts per aquesta a partir d'aquella època gaudissin de més credibilitat per part dels consumidors, ja que es venien com a jocs amb un mínim de qualitat garantida. Per tant, un dels motius que van fer que els títols de *Pokémon* fossin ben rebuts des del principi, és perquè van ser produïts i promocionats per Nintendo.

En segon lloc, la capacitat de presa de decisions que proporcionen els videojocs RPG als seus jugadors, provoca que títols com els de *Pokémon* no estiguin limitats per la seva història principal, al contrari d'altres videojocs, com ara, els de *Mario*. D'aquesta manera els usuaris experimenten més llibertat a l'hora de completar els diferents objectius que se'ls presenten, és a dir, que l'estructura no lineal i oberta d'aquest tipus de videojoc promou una jugabilitat més àmplia, que atrau a un major nombre de jugadors. A més a més, el fet que el joc no acabi quan es finalitza la trama principal contribueix a que el ventall d'entreteniment que s'ofereix sigui pràcticament infinit, ja que sempre queden tasques pendents, com per exemple, finalitzar la col·lecció, competir i col·laborar amb altres jugadors (tant en persona com en línia), o completar els diferents mini jocs a mode d'objectius secundaris.

Cal destacar també que les interaccions entre jugadors que es promocionen a través d'aquests videojocs són un factor important que ha contribuït a millorar la comunicació entre els seus usuaris. Aquest és un tret característic que distingeix els títols de *Pokémon* d'altres videojocs, ja que pretenen mantenir actives les relacions entre els seus jugadors, sobretot a través de la col·laboració, atès que l'element competitiu ja està present en molts altres productes semblants. En relació amb aquest tema, l'empresa Nintendo va

prendre l'encertada decisió de produir més consoles portàtils que no pas domèstiques, per tal que els seus usuaris interactuessin amb altres persones i amb el seu entorn, en lloc de quedar-se tancats a casa.

Un altre tema important, és l'adaptació i renovació de les diferents mecàniques, que, com ja s'ha anat comentant a través de la seva anàlisi, han contribuït a que el nombre d'usuaris que juguen als títols de *Pokémon* es mantingui estable. Això és degut a que no s'han incorporat grans canvis en el funcionament d'aquests videojocs, sinó que s'han conservat els elements bàsics i se'ls han proporcionat petites modificacions que dinamitzen i agilitzen l'experiència de joc, com per exemple, les millores en el procés d'intercanvi, per tal que no fos tan lent com ho era durant la primera generació. Així doncs, cada nou videojoc representa una versió millorada de l'anterior, que obre les portes a la captació de nous usuaris, mentre que els elements fonamentals d'aquests es mantenen intactes per tal que els qui ja hi han jugat se sentin còmodes i no abandonin els productes de la franquícia.

El disseny dels seus personatges ha contribuït també en l'accessibilitat d'aquests productes per a tota mena de públic. L'aspecte senzill i agradable de les diferents criatures provoca que tant nois com noies sentin atracció per aquestes i, consegüentment, vulguin començar a jugar als títols de *Pokémon*. Aquesta inclusió tant de públic femení com masculí indica que aquests videojocs busquen que tothom es pugui sentir integrat, trencant les barreres de gènere que promocionen altres videojocs, com ara, els de temàtica bèl·lica per a nois i els que estan ambientats en el món de la moda per a noies. L'empresa Nintendo ha sigut decisiva també en aquest aspecte, ja que els seus jocs estan destinats a un públic familiar i no acostumen a classificar el públic destinatari a partir de variables de gènere.

En definitiva, es demostra que les mecàniques de joc dels títols principals de *Pokémon* han estat un factor decisiu en l'èxit d'aquests videojocs entre el públic al qual van dirigits, ja que ofereixen més variabilitat en el seu desenvolupament i fomenten la llibertat dels jugadors per a completar els diferents objectius al seu gust.

D'igual manera, s'evidencia que l'estreta relació entre *Pokémon* i Nintendo ha estat clau a l'hora de fidelitzar i mantenir els seus consumidors. Paral·lelament, l'expansió internacional de la franquícia ha contribuït en l'augment dels seus usuaris i ha millorat l'accessibilitat als seus productes. Per aquest motiu, encara que en relació als seus primers anys de producció de videojocs la seva popularitat ha caigut, degut a la ampliació de l'oferta en el mercat de l'oci electrònic, avui en dia la franquícia *Pokémon* segueix posseint un lloc destacat en la indústria del videojoc.

7. Referències

7.1. Fonts documentals

- Allison, Anne (2006). *Millennial monsters: Japanese toys and the global imagination*. Berkeley: University of California Press.
- Aoyama, Yuko & Izushi, Hiro (2003) «Hardware gimmick or cultural innovation? Technological, cultural, and social foundations of the Japanese video game industry» *Research Policy*, 32, p. 423-444.
- Consalvo, Mia (February 01, 2006). «Console video games and global corporations: Creating a hybrid culture». *New Media & Society*, vol. 8, núm. 1, p. 117-137.
- Donovan, Tristan & OverDrive, Inc. (2010). *Replay: The History of Video Games*. S.I.: Yellow Ant Media Ltd., p. 153-179.
- Huizinga, Johan (1954). *Homo Ludens: A Study of the Play Element in Culture*. Boston: Beacon Press.
- Itō, Mizuko (2005). «Introduction: Personal, Portable, Pedestrian». A: Itō, M.; Okabe, D.; Matsuda, M. (eds.). *Personal, portable, pedestrian: mobile phones in Japanese life*. Cambridge, Massachusetts: MIT Press, p. 1-16.
- Laakso, Mikael & Nyman, Linus Morten (2014, July). «Innovation Opportunities: An Overview of Standards and Platforms in the Video Game Industry». *Technology Innovation Management Review*. s. n. Ottawa: Talent First Network, p. 15-21.
- Sutton-Smith, Brian (1997). *The Ambiguity of Play*. Cambridge, Massachusetts: Harvard University Press.
- Tobin, J. J. (2004). *Pikachu's global adventure: The rise and fall of Pokémon*. Durham, NC: Duke University Press.
- Yano, Christine R. (2013). *Pink globalization: Hello Kitty's trek across the Pacific*. Durham, NC: Duke University Press.

7.2. Pàgines web

Pàgina oficial de Nintendo a Espanya: <https://www.nintendo.es/Empresa/La-historia-de-Nintendo/La-historia-de-Nintendo-625945.html> (Consulta: 14/06/2018)

Pàgina oficial de Game Freak: <https://www.gamefreak.co.jp/list/#pokemon-serease> (Consulta: 14/06/2018)

Pàgina oficial de Pokémon a Espanya (informació sobre els videojocs): <https://www.pokemon.com/es/videojuegos-pokemon/todos-los-juegos-pokemon/> (Consulta: 14/06/2018)

Pàgina oficial de Pokémon a Espanya (informació sobre els diferents esdeveniments): <https://www.pokemon.com/es/play-pokemon/> (Consulta: 14/06/2018)

7.3. Videojocs

1999 (Japó: 1996). *Pokémon Edición Azul [Pokémon Blue Version]*. Game Boy Color. Director: Tajiri, Satoshi. Desenvolupat per Game Freak. Editora: Nintendo Europa.

2001 (Japó: 1999). *Pokémon Edición Oro [Pokémon Gold Version]*. Game Boy Color. Director: Tajiri, Satoshi. Desenvolupat per Game Freak. Editora: Nintendo Europa..

2003 (Japó: 2002). *Pokémon Edición Zafiro [Pokémon Sapphire Version]*. Game Boy Advance. Director: Masuda, Junichi. Desenvolupat per Game Freak. Editora: Nintendo Europa.

2007 (Japó: 2006). *Pokémon Edición Diamante [Pokémon Diamond Version]*. Nintendo DS. Director: Masuda, Junichi. Desenvolupat per Game Freak. Editora: Nintendo Europa.

2013. *Pokémon Edición X [Pokémon X Version]*. Nintendo 3DS. Director: Masuda, Junichi. Desenvolupat per Game Freak. Editora: Nintendo Europa.