

TRABAJO FIN DE GRADO

NINTENDO, PLAYSTATION Y XBOX: LÍDERES DEL SECTOR DEL VIDEOJUEGO. REVISIÓN BIBLIOGRÁFICA

Grado en Comunicación Audiovisual

Convocatoria Julio 2023

Autor: Said Querencio Caballero

Tutor: José Luis Navarrete Cardero

Departamento: Comunicación Audiovisual y Publicidad

Índice de contenidos

1	Introducción	2
2	Marco teórico.....	3
2.1	Nintendo. De las cartas a salvador y líder de una industria incipiente.....	3
2.1.1	Un inicio dedicado a la fabricación de cartas.....	3
2.1.2	Hiroshi Yamauchi. Aires de cambio en la compañía.	4
2.1.3	Los primeros juguetes electrónicos en Japón.	6
2.1.4	Nintendo y los videojuegos.	8
2.1.5	Shigeru Miyamoto, GAME & WATCH y Famicom catapultan a Nintendo.	10
2.1.6	Game Boy amplía la familia de Nintendo.....	12
2.2	PlayStation rompe una hegemonía.....	14
2.2.1	Super Famicom abraza los 16 bits de Nintendo.....	14
2.2.2	Sony y Nintendo. Lo que pudo haber sido y no fue.	16
2.2.3	Sony antes de PlayStation.	18
2.2.4	Sony Computer Entertainment.	19
2.3	Nintendo se pasa a las tres dimensiones con Nintendo 64.	22
2.4	Sony consolida su dominio con PlayStation 2.....	24
2.5	Gamecube, un nuevo paso atrás de Nintendo.....	25
2.6	Microsoft lanza Xbox para competir en sector.	26
2.7	Una lucha a tres que se mantiene en el tiempo.	28
3	Objetivos	30
4	Metodología	31
5	Resultados	32
6	Discusión	34
7	Conclusiones.....	42
8	Apéndice de compilación bibliográfica	43
9	Referencias bibliográficas	50

1 Introducción

Lo primero de todo, creo que sería interesante conocer un poco más en profundidad a cada una de las tres compañías (Nintendo, PlayStation y Xbox), cómo nacieron y cuáles fueron sus motivaciones para entrar en la industria del videojuego.

Esta industria mueve en la actualidad una cantidad importante cantidad de dinero hasta el punto de equipararse e incluso superar a las industrias del cine y la música dentro del mundo del entretenimiento. No solo en el plano económico, sino que socialmente el videojuego ocupa planos que hasta hace poco solo se veían en el cine y la música. Hablamos de galas de premios cada vez más equiparables a los Óscars como pueden ser los The Game Awards celebrados cada año en diciembre o los numerosos eventos de presentación de videojuegos en los que se ponen de manifiesto los próximos lanzamientos los cuales son seguidos por cientos de miles de usuarios a través de Twitch, Youtube así como otras tantas interacciones en redes sociales como Twitter. Algunos de estos ejemplos son las conferencias del E3 (Electronic Entertainment Expo), Summer Game Fest, Nintendo Direct, State of Play, PlayStation Showcase o el Xbox Game Showcase.

Una de las motivaciones que me llevaron a realizar este trabajo de recopilación es buscar cómo se ha labrado el actual panorama dominador de las tres compañías a través de las diferentes consolas dirigidas al ámbito doméstico que se han lanzado en el mercado. En este mismo sentido cabe entender cómo en el paso de los años cada compañía ha ido moldeando un público objetivo diferente, dando lugar a un abanico de títulos de bastante calidad en cada una de las plataformas de las tres compañías.

Personalmente llevo jugando videojuegos desde la generación de Nintendo 64 y la primera PlayStation y siempre me ha fascinado la capacidad de esos sistemas y los videojuegos en general de comunicar audiovisualmente, creo que a la par y muchas veces superior al cine y la televisión, a través de mundos detalladísimos, grandes historias y no menos buenos personajes en muchas ocasiones. Todo ello en el salón/cuarto de tu casa y, a diferencia de otros los otros medios citados, siendo tú el protagonista interactuando directamente mediante el pad o teclado/ratón.

El ser jugador ocasional y haber tenido en propiedad varios sistemas desde los sistemas comentados anteriormente hasta los disponibles en la actualidad tanto de Nintendo como de PlayStation y Xbox me ha permitido vislumbrar ese componente diferenciador en los títulos de cada compañía y que nos han dado grandes obras en cada sistema.

Por todo esto que he expuesto creo que sería revelador trabajar esta revisión bibliográfica para dar a conocer, a mi o quien lea este Trabajo Fin de Grado, las motivaciones de estas compañías (Nintendo, Sony PlayStation y Microsoft Xbox) para entrar en la industria del videojuego. Tratar de entender en qué elementos de la sociedad se fijaron para atraer a un público determinado con sus consolas y juegos propios, el impacto que tuvo la incorporación de internet en sus consolas y como la rivalidad que se confirmó en los 2000 entre las tres compañías dio lugar a un abanico de títulos memorables con los que aún hoy en día siguen deleitándonos en Nintendo Switch, PlayStation 5 y Xbox Series X/S.

2 Marco teórico

2.1 Nintendo. De las cartas a salvador y líder de una industria incipiente.

2.1.1 Un inicio dedicado a la fabricación de cartas.

Para trasladarnos al nacimiento de Nintendo tenemos que remontarnos muy atrás en el tiempo, a 1889. Nintendo, como se podrá entender, no nació como una empresa de videojuegos como sí lo hicieron Sony Interactive Entertainment y Xbox, la división de entretenimiento de Microsoft. En aquella época un chico de 30 años llamado Fusajiro Yamauchi fundó él solo en el barrio de Tokio en Japón un humildísimo taller de cartas artesanales al que puso de nombre “Nintendo”. El significado de ese nombre es algo que a día de hoy sigue envuelto en misterio ya que los kanjis —sinogramas de la escritura tradicional japonesa— que lo forman expresan diferentes conceptos y el significado que pensó Fusajiro se ha perdido en el tiempo.

Figura 1

Logo de la compañía en sus inicios



Nota. 1000MARCAS (<https://1000marcas.net/nintendo-logo/>)

Fusajiro nació en 1859, una época en la que Japón acababa de salir de un hermetismo total hacia el exterior que había durado unos pocos siglos a raíz de la prohibición por parte de los gobernantes del país hacia las costumbres extranjeras, las cuales consideraban nocivas y no aptas (Pérez, 2016).

A finales de los años veinte Fusajiro Yamauchi decide concertar un matrimonio entre su hija Tei y uno de sus empleados de confianza Sekiryō Kaneda ya que no tiene hijo varón. En aquella época el sentimiento patriarcal seguía bastante vigente y el hecho de que una mujer presidiera una compañía no estaba contemplado de ahí el uso de matrimonios concertados. Como nota fue en este caso fue el marido el que tomó el apellido del suegro (Pérez, 2016). Sekiryō convierte a la empresa en una sociedad colectivo y la registra como Yamauchi Nintendo Co. Ltd. A partir de aquí los cambios en la empresa no serían muy significativos. Uno de los más notorios sería la construcción de un edificio colindante a las instalaciones de la empresa ya que empezaban a quedarse algo pequeñas.

2.1.2 Hiroshi Yamauchi. Aires de cambio en la compañía.

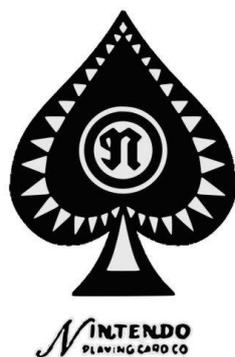
Hiroshi Yamauchi, nieto de Sekiryō Kaneda, se convierte en marzo de 1949 en el tercer y más influyente dirigente de Nintendo a la temprana edad de 22 años (Gorges, 2015).

En sus primerísimos años de mandato Hiroshi fusiona las dos sociedades — Marufuku y Yamauchi Nintendo— en una sola llamada Nintendo Koppai o Nintendo Playing Cards Co. Ltd en inglés. Son años de grandes cambios en la compañía (Gorges,

2015). Se trasladan y centralizan las fábricas de la empresa a Kioto. Hiroshi se empeña en convertir a la empresa en la primera fabricante de cartas japonesas realizadas íntegramente en plástico. Hasta ahora las cartas realizadas en papel grueso se deterioraban rápidamente con el uso. Esta variante en plástico aseguraba un uso más prolongado en el tiempo. Pese a ser más laboriosas en su confección, el éxito de estas “All Plastic Trumps” es patente en poco tiempo. Mencionar también que a raíz de esto último la competencia no tardó en replicar esto, siempre superando la barrera del plagio realizando pequeños cambios en su elaboración. Ante esto Yamauchi decide una alianza sin precedentes con la archiconocida Disney. Se crearon cartas tematizados con los populares personajes de la factoría estadounidense, poniéndose a la venta en el año 1959 (Pérez, 2016). A raíz de este acuerdo la compañía se valió de la publicidad en la televisión japonesa consiguiendo un récord en ventas considerable que triplicaban las de años anteriores, posibilitando que la compañía cotizara en la segunda sección de la Bolsa de Osaka y en la Bolsa de Kioto en 1952 (Gorges, 2015). Pese al decreciente interés en estas nuevas cartas y en las tradicionales Hanafuda, hecho que se dio en los posteriores años en pos de otras actividades de ocio, Hiroshi sigue con su empeño en grandes cambios y decide que la fabricación de cartas se realizaría a partir de ese momento con máquinas, facilitando la labor humana y reduciendo costes.

Figura 2

Rediseño del logo a partir de 1950



Nota. 1000MARCAS (<https://1000marcas.net/nintendo-logo/>)

Llegamos así a otro momento clave dentro de la empresa. Con el fin de no constreñir la actividad de la compañía a la fabricación de cartas Yamauchi toma la decisión de cambiar el nombre a Nintendo en el país nipón y Nintendo Co. Ltd. en Occidente en 1963

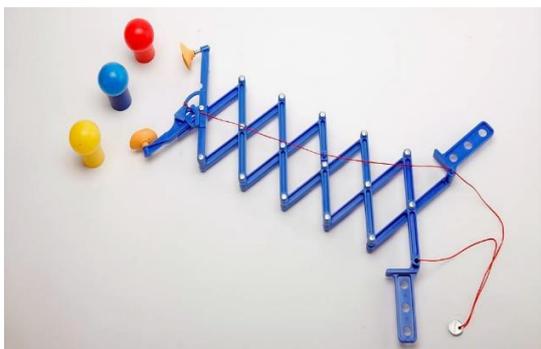
(Gorges, 2015) (Nintendo [NINTENDO], 2016). El decreciente interés en las cartas coleccionables entre la población japonesa hace que el líder de la compañía mande diversificar las actividades de Nintendo en otras tales como el sector alimentario —arroz instantáneo—, los Hoteles del Amor y los taxis. Sin embargo, pronto todas estas incursiones terminan en fracaso lo que finalmente insta a Yamauchi de que necesita rodearse de otras mentes ingeniosas para buscar el éxito. Esto desemboca en la entrada a la empresa de dos nuevos empleados, Hiroshi Imanishi y Gunpei Yokoi, claves en el meteórico ascenso de Nintendo.

2.1.3 Los primeros juguetes electrónicos en Japón.

En la segunda mitad de los años sesenta la empresa entra de nuevo en la creación de juegos de sociedad (Gorges, 2015). Son varios juegos los que la empresa lanza al mercado en esos como el *Rabbit Coaster* (1964), tableros y piezas de *Shogi* —ajedrez japonés—, el *Twister* (1966) importado de Estados Unidos o diversos juegos de mesa con licencia. Sin embargo, hay que destacar un invento sacado de la mente de Gunpei Yokoi, la *Ultra Hand* de 1966. La *Ultra Hand* se convierte en un éxito mayúsculo con más de un millón de unidades vendidas en aquel momento. Gunpei, quien hasta ahora realizaba las labores de responsable de mantenimiento en la empresa, es propuesto por Imanishi como responsable de la tercera división de la compañía, dedicada a los juegos y juguetes. Las otras dos divisiones se encargarían de los juegos de cartas, la primera, y de los tradicionales Hanafuda, la segunda (Pérez, 2016). Estas propuestas son bien vistas por Yamauchi quien dio a Imanishi las labores de financiación y administración entre otras. Esta reestructuración dio lugar a la construcción de una planta de producción en Uji City, en las afueras de Kioto.

Figura 3

La Ultra Hand de Gunpei Yokoi



Nota. Isao Yamazaki, Polygon (<https://www.polygon.com/23660508/zelda-tears-of-the-kingdom-ultrahand-nintendo-toy>)

En estos años Yamauchi se da cuenta de que, a diferencia de los principales líderes de la industria juguetera en Japón, Nintendo se encuentra varios escalones por debajo. Por esto decide introducirse en algo que las demás compañías no habían tratado hasta ese momento, los juguetes electrónicos. Fruto de esta nueva incursión nace por ejemplo el *Love Tester* (1969) de Gunpei Yokoi. El *Kosenju SP* (1970) —pistola de luz SP— sería otro de los juguetes electrónicos ideados por Yokoi, esta vez junto a Masayuki Uemura quien en ese momento trabajaba para Sharp pero que pronto la abandonaría para integrarse en Nintendo como antesala a lo que iba a traer al mundo solo unos años después llamado Famicom (Gorges, 2015).

Yamauchi, ante el éxito de estas pistolas de luz y viendo el auge que habían experimentado las competiciones de tiro al blanco a principios de los años 70, decide probar suerte con la creación de salas en las que se practicara virtualmente. Daba la casualidad también que las boleras estaban en una etapa en la que el interés había bajado considerablemente entre la población japonesa así que podrían aprovechar esos locales para montar estos sistemas de tiro al blanco virtual (Pérez, 2016). El encargado de poner en funcionamiento sería una vez más Gunpei Yokoi contando en este caso con la ayuda de una nueva incorporación en la compañía, Genyo Takeda. El proyecto, el cual incluía el sistema de opto-electrónica en escopetas reales, comienza con la compra de varias salas en sitios concretos para unas primeras fases de prueba. El *Laser Clay Shooting* (1973) resultaría en otro gran éxito para la compañía ya que las salas se encontraban abarrotadas a determinadas horas del día reportando grandes beneficios. Sin embargo, todo se iba a desmoronar con la crisis del petróleo de 1973. Ante las recomendaciones del gobierno nipón de solo invertir en lo estrictamente necesario para paliar el efecto de esta crisis,

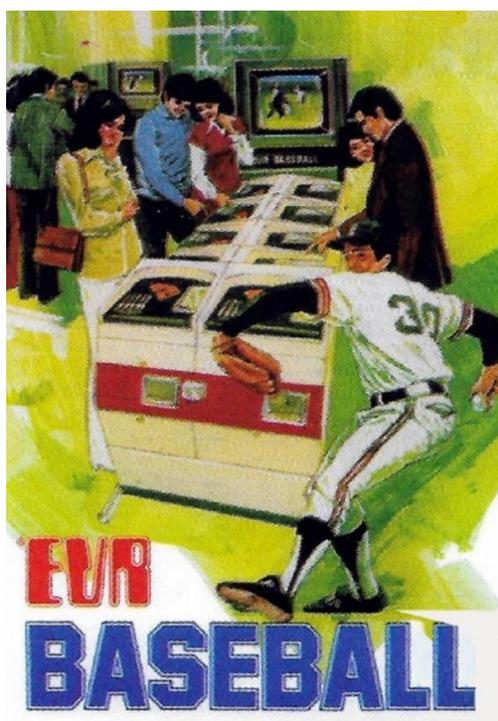
cosas como el *Laser Clay* se vieron afectadas enormemente por lo que Nintendo no tuvo más remedio que cerrar todas las instalaciones.

2.1.4 Nintendo y los videojuegos.

La crisis, sin embargo, no tardaría en remitir y ya en 1974 Nintendo probó diferentes variantes del simulador de tiro virtual como el *Mini Laser Clay* (1974) que instalaron en las salas recreativas. Mencionar también *Simulatio System: Wild Gunman* (1974), el *Shooting Trainer* (1975), *Battle Shark* (1977) o el simulador de velocidad *Test Driver* (1978) (Pérez, 2016). Todos estos sistemas, frutos la mayoría de la colaboración entre Nintendo y Mitsubishi Electric, se valdrían de un sistema de protección de imagen y uso de un proyector de 16 mm en las que se grababan imágenes de actores reales o videos de guerra entre otros. De la cooperación con Mitsubishi también nacerían sistemas que utilizarían el EVR o reproductor de vídeo electrónico implantado en Estados Unidos por la cadena CBS (Pérez, 2016). En ellos la imagen era mucho más espectacular ya que se mostraban a todo color. Nintendo y Mitsubishi lanzaron varios como *EVR Derby Race* (1975), *EVR Car Race* (1975) o el *EVR Baseball* (1975).

Figura 4

Cartel publicitario del EVR Baseball



Nota. vglegacy (<https://vglegacy.com/gameography/masayuki-uemura/>)

En los años setenta el boom de los videojuegos en Estados Unidos con *Pong* (1972) y la consola Magnavox Odyssey llegaba a los oídos de las empresas japonesas como SEGA que no dudaron en traer sus vertientes al mercado japonés como el *Elepong* (1973). Yamauchi por supuesto no es ajeno a todo esto y aprovechando la introducción del microprocesador y los semiconductores en estos sistemas de videojuegos, lo que resultaba en un ahorro de costes considerable, intenta una incursión al mercado de videojuegos domésticos. Sería el nacimiento de las consolas Color TV Game de Nintendo. Se pusieron a la venta al mismo tiempo la Color TV Game 6 y la Color TV Game 16, la primera más básica y la segunda algo más avanzada y cara, a un precio —diez mil yenes y quince mil yenes respectivamente— mucho más barato que el de la competencia por orden de Yamauchi. El éxito fue bastante palpable, llegando al total del millón de unidades vendidas por lo que seguidamente llegaría otra variante llamada Color TV Game Racing 112 con volante integrado. Sin embargo, las ventas quedaron muy por debajo de lo que habían cosechado sus predecesoras por lo que Nintendo tomó la decisión de cambiar la nomenclatura y aparecieron con esto la Block Kuzushi, cuyo diseño fue realizado por el legendario Shigeru Miyamoto de quién hablaremos más adelante, y la Computer TV Game conocida también como la Computer Otello.

Figura 5

Consola Computer TV Game 6



Nota. Por Chapuisat, 2015, Flickr (<https://www.flickr.com/photos/47967705@N02/8560764154/>). CC BY 2.0

Hiroshi Yamauchi como buen empresario quiso expandirse más allá de Japón y puso sus miras en un mercado donde los videojuegos estaban en una etapa de interés máximo como Estados Unidos. Allí funda Nintendo of America con su yerno Minoru Arakawa de presidente, quien ya poseía experiencia trabajando en Estados Unidos (Pérez, 2016). Nintendo enviará allí varias recreativas como la *Space Launcher* (1979), la *Space*

Firebird (1980) o la *Radar Scope* (1980). *Radar Scope* se convertiría, debido a una serie de circunstancias, en una de las claves para entender el devenir de la compañía.

2.1.5 Shigeru Miyamoto, GAME & WATCH y Famicom catapultan a Nintendo.

Shigeru Miyamoto, del que hablamos brevemente antes, no estaba en principio interesado en videojuegos. Su sueño de niño era ser marionetista o humorista gráfico (Donovan, 2018). En 1977, recién salido de la universidad, consiguió una entrevista en Nintendo ante el mismísimo Yamauchi ya que el padre de Miyamoto conocía al por entonces mandamás de Nintendo. Yamauchi le espetó a Shigeru que volviera al día siguiente con una idea para un juguete. Shigeru volvió con una percha de madera blanda llena de colores, adornada con animales pintados a mano con pintura acrílica y comentó que era ideal para niños ya que las perchas convencionales eran peligrosas para ellos. Yamauchi no dudó ni un instante y le nombró diseñador gráfico de la compañía.

Figura 5

Logo de la compañía a partir de 1978



Nota. 1000MARCAS (<https://1000marcas.net/nintendo-logo/>)

Radar Scope, una de las máquinas recreativas de Nintendo enviadas a Estados Unidos para abrirse en ese mercado y cuyo juego nace de la mente de Shigeru Miyamoto resulta en fracaso (Pérez, 2016). Ante esto, Yamauchi intenta conseguir que los personajes protagonistas sean los de Popeye, pero la negociación con los dueños de sus derechos se va al traste y le pide a Miyamoto que improvise los personajes. Con esto nace *Donkey Kong* (1980) que inmediatamente se convierte en un éxito a la altura de recreativas reconocidas como *Street Fighter* (1987) o *Pac-man* (1980). Más tarde, el otro protagonista del juego pasaría del nombre de Jumpman al de Mario por una broma de los

trabajadores de Nintendo of America ya que uno de ellos, Mario Segali, quien regentaba el local de la filial, era regordete y con bigote parecido al protagonista del juego, por lo que empezaron a llamarle Mario y así se bautizó al personaje más importante de la compañía en la actualidad.

Al mismo tiempo que el boom de *Donkey Kong* encontramos los productos de GAME & WATCH. La idea nació del, en palabras de Yamauchi, alma de la empresa Gunpei Yokoi y fue en una cotidiana marcha a casa tras terminar su día de trabajo. Vislumbró a un hombre ensimismado con su calculadora con pantalla LCD —cristal líquido— (Donovan, 2018). De ahí se le ocurrió la idea del videojuego portátil. Su idea trataba de conseguir un producto sencillo en sus partes para poder producirlo en grandes cantidades pero que en efecto no supusiera un gran gasto en la fabricación. GAME & WATCH se convirtió en un rotundo éxito para Nintendo vendiéndose más de treinta millones de unidades en los siguientes años.

Figura 6

Las primeras GAME & WATCH



Nota. De ThePViana - Trabajo propio, CC BY-SA 3.0, <https://commons.wikimedia.org/w/index.php?curid=17228172>

Aún con todo esto Hiroshi Yamauchi no estaba del todo convencido del éxito empresarial y manda a Masayuki Uemura, uno de sus hombres de confianza del que ya hablamos anteriormente, diseñar una consola de cartuchos para el mercado japonés. Ésta tenía que ser más avanzada técnicamente que las de la competencia, pero a un precio menor. Eras los primeros esbozos de lo que sería la Famicom —Family Computer— (Donovan, 2018). Finalmente, tras unos ajustes en los componentes y accesorios teníamos una sencilla consola de cartuchos y mando con una serie de botones y con el añadido de una cruceta direccional usada ya en la GAME & WATCH basada en *Donkey Kong*. La

consola sale a la venta en Japón en julio de 1983 junto a *Donkey Kong*, *Donkey Kong Jr.* (1982) y *Popeye* (1983), tres éxitos de las recreativas ahora convertidos en versiones domésticas.

Entre los juegos lanzados para la Famicom encontramos grandes éxitos como son *Super Mario Bros* (1985), el cual dio el pistoletazo de salida el género de plataformas y *The Legend of Zelda* (1986), enfocado a la aventura de exploración. Ambos juegos salidos de la mente de Shigeru Miyamoto. También añadir a este repertorio de juegos lanzados durante su lanzamiento, así como a posteriori, éxitos como *Excitebike* (1984), *Metroid* (1986) o *Mike Tyson's Punch-Out!* (1987).

Figura 7

La Famicom de Nintendo



Nota. De Evan-Amos - Trabajo propio, <https://es.m.wikipedia.org/wiki/Archivo:Nintendo-Famicom-Console-Set-FL.png>

2.1.6 Game Boy amplía la familia de Nintendo.

La Famicom no llega a Estados Unidos hasta las navidades de 1985, no sin antes sufrir una serie de dificultades (Pérez, 2016). Una disputa de licencias entre Atari, Nintendo y Coleco, quienes llegaron a mostrar una versión íntegra de *Donkey Kong* funcionando en su ordenador Adam sin permiso de Nintendo, retrasó en demasía esta entrada de Famicom en suelo americano. A esto añadir que en Estados Unidos aún coleaba la grave crisis de los videojuegos acontecida en esos años con lo que los inversores no mostraron interés en la AVS —Advanced Video System— que es el nombre que dio a conocer Nintendo en 1984 a su consola en Estados Unidos. Al año siguiente se volvió a hacer un nuevo intento esta vez bajo la nomenclatura de NES —Nintendo Entertainment System—. Fue una auténtica carrera contrarreloj pero finalmente la consola se puso a la venta esas navidades mediante puestos de venta dedicados a la

compañía. Una vez puesta a la venta en las ciudades más importantes de Estados Unidos, la consola cosecha un éxito sin precedentes y a fecha de 1987 la notoriedad de Nintendo en Norteamérica ya era un hecho. En Europa la NES llegaría un año más tarde que en Estados Unidos, en 1986, vendiendo un gran número de unidades también en este territorio.

Figura 8

La NES lanzada en occidente



Nota. Xataka (<https://www.xataka.com/videojuegos/nes-ya-hemos-puesto-a-prueba-y-flipado-con-la-consola-definitiva-de-nintendo>)

Al éxito de la Famicom/NES hay que sumar el otro boom que supuso la llegada de la Nintendo Game Boy a las tiendas en 1989. Game Boy fue fruto de nuevo de la genial mente de Gunpei Yokoi. Su pantalla no era a color, sino que presentaba detalles monocromáticos, un pequeño altavoz, la cruceta marca de la casa vista en NES y GAME & WATCH, dos botones de acción —A y B— y botones Select y Start. Esta sencillez en los componentes le permitía poseer una batería de duración considerable, con unos costes bajos también, mucho más longeva en comparación a las de la competencia e ideal para sesiones en el metro o en una sale de espera (Pérez, 2016). Juegos como *Super Mario Land* (1989) pero sobre todo el *Tetris* (1989) del ruso Alexey Pajitnov ayudaron a que la portátil se mantuviera durante muchos años como la más vendida de la historia. Para ver la portátil en territorio europeo tenemos que trasladarnos a 1990 aumentando una base de usuarios que no dejaba de crecer. No es de extrañar que durante ese año Nintendo se lanzara a crear unas oficinas centrales en dicho territorio, Nintendo of Europe con base en Grossostheim, Alemania.

Figura 9

La Game Boy de Nintendo



Nota. De Evan-Amos - Trabajo propio, Dominio público, <https://commons.wikimedia.org/w/index.php?curid=36853230>

Hiroshi Yamauchi al fin había conseguido su sueño. Convertir la empresa que había heredado de su abuelo en un auténtico gigante. Sin embargo, pronto tomó una decisión de la que, quizás, se arrepentiría el resto de su vida.

2.2 PlayStation rompe una hegemonía.

2.2.1 Super Famicom abraza los 16 bits de Nintendo.

Nintendo ya estaba en posición de decidir que ya era hora del relevo generacional de NES por lo que Yamauchi vuelve a contar con Masayuki Uemura para liderar el proyecto de la nueva consola de la compañía. La nomenclatura no variaría en exceso, sería simplemente Super Famicom o Super Nintendo (SNES) como se conocería en occidente.

Figura 10

Logo de la compañía a partir de 1983



Nota. 1000MARCAS (<https://1000marcas.net/nintendo-logo/>)

En un principio la consola, por orden de Yamauchi, debía ser compatible con el amplio catálogo de la primera consola, la NES, por miedo a que los clientes mostraran su descontento por tener una ristra de juegos obsoletos. Pero esta decisión tendría una consecuencia y sería un aumento del coste de la nueva máquina así que finalmente se desechó la idea. Por lo demás la nueva Super Nintendo alcanzaría los objetivos marcados de ser más potente que la competencia —la Sega Mega Drive— con más memoria Ram y más colores en pantalla. Todas estas características resumidas en el eslogan de la compañía “El cerebro de la bestia” (Pérez, 2016).

Figura 11

La Super Famicom en Japón



Nota. De Evan-Amos - Trabajo propio, CC BY-SA 3.0, <https://commons.wikimedia.org/w/index.php?curid=13297015>

En Japón el éxito de la consola es indiscutible de nuevo. Solo en reservas el número se iba al millón y medio de unidades antes de su lanzamiento (Martínez, 2015). Incluso el Gobierno Japonés tuvo que intervenir decretando que los nuevos lanzamientos tanto de hardware como de software debían ser en días no laborables dado el absentismo laboral generalizado que se produjo en el país el día de lanzamiento de la consola. Día de

lanzamiento que fue el 21 de noviembre de 1990. La consola llegó con varios alicientes bajo el brazo. Uno de ellos sería por supuesto *Super Mario World* (1990) al que se unieron otros como *F-Zero* (1990).

Todo el furor que causó el nuevo buque insignia de Nintendo en Japón no se reflejó en los mercados occidentales como Estados Unidos y Europa (Martínez, 2015). En estos mercados se empezaba a mirar con otros ojos a Sega y su consola Mega Drive que ya poseía un catálogo considerable y a un menor precio. Sega, en su camino por poseer una mascota al igual que Nintendo tenía a Mario, presentó al mundo *Sonic The Hedgehog* (1991) un éxito que se vendía en pack junto a la consola.

Figura 12

La Super Nintendo lanzada en occidente



Nota. CeX (<https://ic.webuy.com/product-detail/?id=ssnescon02&categoryName=super-nes-consolas&superCatName=juegos&title=super-nintendo-entertainment-system-console-sin-caja>)

2.2.2 Sony y Nintendo. Lo que pudo haber sido y no fue.

Retrocedemos un poco en el tiempo para situarnos en 1988. Nintendo, ante el nacimiento y el creciente interés en la tecnología del CD, firma un acuerdo con Sony para llevar un dispositivo con lector de CD a su futura Super Nintendo (Pérez, 2016). Sony en este sentido ya poseía un esbozo llamado Play Station, una potente consola con lector de CD integrado que tendría un puerto para insertar cartuchos de Super Nintendo.

Al frente de todo este proyecto se encontraba Ken Kutaragi un hombre imprescindible para entender el futuro tan brillante que le esperaba a la compañía en el sector. Antes de la firma que daría en el acuerdo Sony-Nintendo por la Play Station, Kutaragi fue el encargado de diseñar el chip de sonido que incluiría Super Nintendo —el

SPC-700 (o Nintendo S-SMP)— así como el DSP, o procesador digital de señal, por lo que Nintendo le contactaría de nuevo para unir fuerzas en el futuro dispositivo (Relinque, Fernández, & Relaño, 2019). El soporte del dispositivo CD-ROM haría que Nintendo aumentase las posibilidades técnicas de su consola y daría a Sony la posibilidad de licenciar el desarrollo de juegos basados en el CD, así como los derechos internacionales de explotación de esos discos —los llamados SuperDisc— y fabricar a posteriori su propia consola que sería compatible con los cartuchos de Super Nintendo.

Figura 13

Uno de los prototipos de la SNES Play Station



Nota. BBC (<https://www.bbc.com/news/technology-51628836>)

Sin embargo, Yamauchi, tras revisar a fondo los detalles del acuerdo llegó a la conclusión de que, con dicho acuerdo, el cual consideraba totalmente abusivo, Nintendo acabaría perdiendo todo el control sobre el nuevo formato y los consumidores perderían interés en Super Nintendo (Pérez, 2016). Así el 29 de mayo de 1991 —tras el comunicado el día anterior de Sony anunciando el acuerdo— Nintendo anunció que el acuerdo con Sony no prosperaba y que finalmente Phillips —competidora directa de Sony— sería la encargada de proporcionar el dispositivo CD-ROM a su flamante Super Nintendo (Donovan, 2018). Sony pese a todo se encontraba predispuesta todavía a intentar llegar a un acuerdo y siguió negociando con Nintendo para que la SNES PlayStation saliera a la venta pese a las piedras en el camino que iba dejando la empresa de Kioto (Relinque, Fernández, & Relaño, 2019). A pesar de estos últimos intentos de Sony —se crearon varios prototipos incluso— el acuerdo nunca llegó a suceder. Ante tal hecho no hubiera sido extraño que Sony decidiera tirar abajo su incursión en el sector, pero Ken Kutaragi no cejaría en su empeño. Convenció en una reunión de emergencia a Nario Ohga —por aquel entonces presidente de Sony— de crear la división Sony Computer Entertainment con el propio Kutaragi al mando. Se desecharon algunas características del prototipo

ideado con Nintendo y se pensó en dotar a la nueva máquina de tecnología más avanzada respecto a Super Nintendo (Martínez, 2015). Cambios que aún necesitaban de unos pocos años para llevarse a cabo.

Mientras, en Nintendo, se alegaron cuestiones técnicas de diversa índole para excusar el cambio de planes tan fugaz pero aun así en el país nipón no se vio bien que Nintendo cortara con otra empresa japonesa como Sony para firmar con una extranjera (Pérez, 2016). Su acuerdo con Phillips en un principio le otorgaría a la firma holandesa licencias de sus propiedades más famosas para llevarlas al soporte CD-i que es la tecnología que Phillips estaba preparando (Martínez, R. 2015). Pero esta vez Nintendo y las decisiones de Hiroshi Yamauchi no tendrían un final tan feliz y lucrativo ya que los proyectos en CD-i, aparte de caros y de bajo nivel, resultaron en fracaso y dieron alas a una Sony que pegaría un golpe en la mesa al sector del videojuego y las consolas domésticas.

2.2.3 Sony antes de PlayStation.

Hablar de los inicios de Sony es hablar de Masaru Ibuka y Akio Morita. El primero nació en una familia cuyo porvenir dependía de la fabricación de sake pero pronto decide que su vocación son la física y las matemáticas por lo que marcha a Osaka para graduarse en física por la universidad en 1944 (Relinque, Fernández, & Relaño, 2019). Masaru Ibuka por su parte —doce años mayor que Morita— se graduó en la Universidad de Waseda, Tokio, para después trabajar en una empresa que procesaba películas. Como muchos otros, posteriormente se enlistó en la Armada Imperial Japonesa en la Segunda Guerra Mundial. Más tarde, en 1945, pasa a regentar un modesto taller de reparación de radio en Tokio. Allí recibió la llamada de su amigo Akio Morita con quien sirvió en el Comité de Investigación en Periodo Bélico. Juntos reforman el pequeño taller de reparación de radio para transformarlo en la Tokyo Tsushin Kogyo.

Nos trasladamos más adelante en el tiempo, a 1955, cuando en la Tokyo Tsushin Kogyo se empieza a incluir la palabra Sony —por aquello de asemejarse al concepto sonido en latín, sonus— en todos sus productos radiofónicos. Buscando expandirse al ámbito estadounidense tuvieron que tirar de ingenio para buscar una nueva nomenclatura para la empresa y tras descartar algunos como TTK o Tokyo Teletech por pertenecer a otras empresas se decidieron finalmente por simplemente ‘Sony’ que llevaban sus productos.

Figura 14

Logo de Sony



Nota. 1000MARCAS (<https://1000marcas.net/sony-logo/>)

En los años posteriores se producen grandes innovaciones tecnológicas en el mundo del audiovisual a cargo de Sony (Relinque, Fernández, & Relaño, 2019). Aparecen inventos como la primera grabadora de video doméstica —la CV-2000— en 1960 o la DV-2400, una grabadora portátil. Sin embargo, uno de los hitos que se le catalogan a la compañía es la creación y exposición en 1968 del primer televisor a color Trinitron como antesala a la posterior gama de televisores de calidad que sacaría al mercado. Cabe mención especial también SL-6300 —con el que el formato de video analógico Betamax daba sus primeros pasos—, el procesador de audio digital PCM-1 o uno de los inventos más sonados de la época, el Walkman, vendiéndose por millones en los años posteriores por todo el globo.

2.2.4 Sony Computer Entertainment.

Tras el fiasco con Nintendo, Sony volvería a intentar de nuevo una alianza, esta vez con Sega. Sony Imagesoft —firma que mencionamos antes— había estrechado su vínculo con Sega a raíz del sonado desplante de Nintendo por lo que Olaf Olafsson —integrante de la filial norteamericana de Sony— propuso a Tom Kalinske —hombre importante dentro de Sega— el fabricar en conjunto una consola. En la sede de Sony en Japón dieron el visto bueno al proyecto, no así sus homólogos de Sega quienes consideraban que Sony no tendría futuro en el sector. Sería el segundo desplante que sufriría Sony en poco tiempo.

Figura 15

Logo de Sony Imagesoft

SONY



IMAGESOFT

Nota. De http://media.strategywiki.org/images/8/89/Sony_Imagesoft_logo.png, Fair use, <https://en.wikipedia.org/w/index.php?curid=30968074>

Pese a todo lo anterior Ken Kutaragi no tiró la toalla y convenció a la cúpula directiva de Sony de que el plan debía seguir hacia delante. (Relinque, Fernández, & Relaño, 2019). Kutaragi además había estado trabajando en secreto en un chip —unido al lector óptico de CD— que sería capaz de gestionar gráficos poligonales, un hito en la industria.

Poco tiempo después la Sony PlayStation se daría a conocer al mundo. Se crearía la división Sony Computer Entertainment cuya labor sería íntegramente dedicada al sector del videojuego. Sony Imagesoft pasaría a llamarse Sony Computer Entertainment America y en Europa por su parte se establecería Sony Computer Entertainment Europe. La Sony PlayStation sería por tanto un sistema capaz de unir las flamantes tecnologías del almacenamiento en CD y unos gráficos a la vanguardia en tres dimensiones.

El 3 de diciembre de 1994 se estrenaba la consola de Sony en suelo japonés y unos pocos meses más tarde lo haría en Estados Unidos y Europa. Para entender el éxito de esta máquina nos tenemos que detener en dos claves o decisiones estratégicas (Martínez, 2015). Por un lado, el desarrollo de los juegos corría a cargo de terceros —o *Third Parties*— ya que Sony no poseía aún un equipo de desarrollo de videojuegos propio y por otro lado estaría el hecho de que desarrollar juegos en ella era considerablemente más sencillo en comparación a la competencia. El kit de desarrollo era simple y efectivo, se conectaba al PC (Relinque, Fernández, & Relaño, 2019), ya que desde Sony eran

conscientes de que llevaban poco en esto y necesitaban en el apoyo de todos los desarrolladores posibles. Estas dos claves resultarían en un catálogo de títulos de notable calidad y lanzados en poco tiempo. Además, Sony se mostraba mucho más flexible que sus vecinos de Nintendo a la hora de que cualquier desarrollador pudiera publicar sus juegos en la consola.

Figura 16

PlayStation, la primera consola de Sony



Nota. De Evan-Amos - Trabajo propio, Dominio público, <https://commons.wikimedia.org/w/index.php?curid=12371556>

Sony pese a ello necesitaba rodearse de personal propio al igual que Nintendo tenía a mentes como Shigeru Miyamoto o Sega con su experiencia a lo largo de los años en las recreativas. Para ello adquirió en 1993 la empresa británica Psygnosis que lanzaría en 1995 el exitoso *Wipeout* (1995) bajo el amparo de Sony Computer Entertainment Europe (Martínez, 2015).

El hecho también de aliarse con Namco —el rival de Sega en las recreativas— para llevar sus éxitos arcade a la consola fue especialmente crucial cuando PlayStation salió en Japón (Relinque, Fernández, & Relaño, 2019). El estreno en dicho territorio de títulos como *Ridge Racer* (1994) —de Namco—, *Nekketsu Oyako* (1994), *Mahjong Goku Tenjiku* (1994) —un simulador de mahjong, el popular juego de mesa en Japón— o el *Crime Crakers* (1994) conformaron un catálogo concienzudamente pensado para el mercado nipón y que explicó su éxito inmediato en el país del sol naciente.

Ken Kutaragi consiguió en tiempo récord lo impensable un tiempo atrás; destronar al mastodonte Nintendo en Japón con Super Nintendo ya en segundo plano y Sega vislumbrando un fin que tardaría pocos años en llegar.

PlayStation tardaría en llegar a Estados Unidos varios meses tras su estreno en Japón, concretamente el 9 de septiembre de 1995. Tuvo en este sentido que lidiar con bastante desventaja respecto a Sega y Nintendo. En este mercado la consola se estrenó con títulos

como el *Ridge Racer* de Namco, el *ESPN Xtreme Games* (1995), el *NBA Jam: Tournament Edition* (1996), el exitoso *Street Fighter* de Capcom o el *Rayman* (1995) de la francesa UbiSoft.

En lo que respecta al territorio europeo la situación era más o menos parecida a lo que venía pasando en Estados Unidos. Los europeos sin embargo teníamos que lidiar con el hecho de ser el tercer mercado en importancia para dichas compañías (Relinque, Fernández, & Relaño, 2019). Los juegos llegaban algo más limitados en lo técnico ya que lo hacían a 50 hz, lo a la práctica resultaba en menor velocidad en lo mostrado en pantalla. Los títulos que llegaron junto al estreno de la consola en Europa —22 de septiembre de 1995— fueron en su amplia mayoría los mismos que en territorio americano. Hablamos por supuesto de *Ridge Racer* o de *Wipeout* entre otros. También destacar los títulos de la recién adquirida Psygnosis como *Novastorm* (1996) o el ya mencionado *Wipeout* que serían claves para entender el éxito de PlayStation en sus primeras etapas en Europa.

La primera PlayStation mantuvo el honor de ser la consola más exitosa en los diez años que se mantuvo en el mercado con una más que notable cifra de ciento cuatro millones de unidades vendidas y los cerca de dos mil títulos publicados (Martínez, 2015).

2.3 Nintendo se pasa a las tres dimensiones con Nintendo 64.

Nintendo ya no era la primera opción. La fulgurante aparición de PlayStation hizo que la empresa de Kioto perdiera su estatus de dominadora del sector por primera vez desde los tiempos de NES. Mientras Sony sacaba al mercado su consola, Nintendo se encontraba trabajando en lo que en un principio solo se conocía como Proyecto Realidad.

Más tarde el nombre del proyecto pasó a denominarse Ultra 64. Fue tras esto cuando Nintendo mostró y dejó probar a los primeros afortunados su consola en la exposición anual de Shoshinkai en noviembre de 1995. Había nacido Nintendo 64, denominación ya oficial debido a un problema de copyright con Konami (Martínez, 2015). Los asistentes a dicha exposición pudieron sostener en sus manos el novedoso mando de la consola. Dicho mando —cuyo diseño correría a cargo de Genyo Takeda— estaba pensado para poder sostenerlo de tres formas diferentes según donde lo agarrases. Disponía de la ya clásica cruceta direccional en la parte izquierda, un joystick en su parte central, diferentes botones de acción —A, B y botones C para la cámara— en la zona derecha, botones R y L superiores y el botón Z de la parte de atrás. Un diseño que la propia Nintendo argumentó como clave para los juegos en tres dimensiones que estaban por venir. Uno de esos juegos

que abrazaron este concepto fue *Super Mario 64* (1996), obra del célebre Shigeru Miyamoto. Juego considerado para muchos como el mejor de la historia y el primero que mejor supo trasladar a los jugadores el control total en un entorno en tres dimensiones. El gusto exquisito de Miyamoto por proporcionar al jugador una experiencia lo más acabada y pulida posible acarrió que la consola tardara más tiempo en salir a la venta (Martínez, 2015).

Figura 17

Nintendo 64, el paso a las 3D de Nintendo



Nota. De Evan-Amos - Trabajo propio, Dominio público, <https://commons.wikimedia.org/w/index.php?curid=12814248>

Nintendo 64 disponía en su cuerpo central de cuatro puertos para mandos a diferencia de las anteriores consolas de la compañía que solo poseían dos. Esto, unido que su potencia permitía dividir la pantalla en cuatro, dio lugar a que muchos juegos de su catálogo tuvieran una vertiente multijugador local muy demandada en la época.

Nintendo en un principio anunció que su consola estaría lista para su puesta a la venta en el año 1995 pero tras la orden de Miyamoto de pulir más *Super Mario 64* dicha fecha se pospondría al 23 de junio de 1996 en Japón (Nintendo, 2016). Allí la consola comienza de forma arrolladora como no podía ser de otra forma. Más de quinientas mil unidades se venden solo el primer día, Su puesta de largo en territorio nipón vendría acompañada de tres títulos: *Super Mario 64*, *Pilotwings 64* (1996) y *Saikyo Habu Shogi* (1996). En noviembre de ese mismo año la consola saldría en Estados Unidos, dejando su estreno en territorio europeo para marzo de 1997. Este retraso tan significativo en Europa se debió a la amplia demanda que tuvo la consola en Japón lo cual obligó a Nintendo a destinar a Estados Unidos un amplio paquete de consolas que en un principio se iban a repartir Europa y Japón (Pérez, 2016).

2.4 Sony consolida su dominio con PlayStation 2.

Sony Computer Entertainment se encontraba al alza a finales de los años noventa. Al arrollador éxito de su primera consola doméstica había que sumar el no tan buen momento de sus competidoras directas —Nintendo y Sega—. Nintendo fracasó estrepitosamente con Nintendo 64 cuyo formato anclado a la ya obsoleta tecnología de los cartuchos hizo que numerosas desarrolladoras se inclinaran por el CD y a lo accesible que era trabajar con la primera PlayStation. Sega por su parte se encontraba en su peor momento económico situándose a la cola de esta momentánea guerra a tres bandas.

Sony aprovechando todo esto y viendo que ya era momento del relevo generacional no encontró otro momento más ideal para anunciar a los medios que su próxima consola se encontraba ultimando sus detalles. Era el año 1999 cuando se anunció en el Opera House de Tokio que la próxima PlayStation estaría disponible al año siguiente (Martínez, 2015). El 18 de febrero del año 2000 la nueva consola de Sony era anunciada bajo la continuista denominación de PlayStation 2. Ken Kutaragi sería el maestro de ceremonias en el evento PlayStation Festival 2000 para dar a conocer la fecha de lanzamiento en Japón: 4 de marzo de ese mismo año. Las ventas ese mismo día alcanzaron cifras de récord con seiscientas mil consolas vendidas en un solo día, la confirmación de que Sony con su marca PlayStation había venido para quedarse y dominar el sector en los años venideros.

Figura 18

PlayStation 2, la nueva generación de Sony



Nota. Mediacash (<https://www.mediacash.ma/console-playstation-2-e53641.html>)

A Estados Unidos y Europa llegaría en noviembre de ese mismo año y a la postre se convertiría en la consola más vendida de la historia con más de 155 millones de unidades vendidas, un récord que mantiene a día de hoy.

2.5 Gamecube, un nuevo paso atrás de Nintendo.

Para encontrar la primera nota oficial de la sucesora de Nintendo 64 tenemos que trasladarnos al veraniego E3 —Electronic Entertainment Expo— de 1999 en Los Ángeles, Estados Unidos. Allí Howard Lincoln —por aquel entonces presidente de Nintendo of América— anunciaba al mundo que Nintendo estaba inmersa en el desarrollo de Project Dolphin, una potente consola, la cual superaría en poder a PlayStation 2 en palabras textuales del directivo, unida a un precio bastante asequible. Una de las características más importantes de la nueva consola es que su CPU iba a estar diseñada por la mismísima IBM, muy expertos en la materia. Pero el anuncio que causó más impresión en aquella feria fue el relativo a que Nintendo abandonaba el formato cartucho por primera vez en su historia.

Sin embargo, la empresa de Kioto volvería a tropezar en la misma piedra que supuso el decepcionante paso de Nintendo 64 en el mercado. Su nueva consola, apodada Nintendo Gamecube, volvería a retrasarse en su salida al mercado respecto a su competidora PlayStation 2. La nueva máquina de Nintendo no saldría en Japón hasta el 14 de septiembre de 2001 (un año más tarde en Estados Unidos y Europa). Esto suponía un retraso respecto a PlayStation 2 de más de un año. Todo ello, de nuevo, se debía a que los juegos no estaban listos (Pérez, 2016).

Figura 19

La Gamecube de Nintendo



Nota. De Evan-Amos - Trabajo propio, Dominio público, <https://commons.wikimedia.org/w/index.php?curid=12836518>

2.6 Microsoft lanza Xbox para competir en sector.

En el caso de Microsoft, empresa levantada por gente brillantísima y joven como Bill Gates, la idea de probar suerte en el sector del videojuego no entraba en los planes de los altos ejecutivos. Ni siquiera el sonado éxito de Sony con PlayStation 2 que convertía a dicha consola en todo un centro multimedia para el hogar inmutó a las altas esferas de la compañía.

A diferencia de lo que pasó con Nintendo y Sony, esta vez serían unos simples empleados de toda una multinacional como Microsoft los que desarrollarían en secreto y en su tiempo libre la concepción de lo que sería la primera consola u ordenador para videojuegos (Kent, 2016). Seamus Blackley, Kevin Bachus, Ted Hase y Otto Berkes, ingenieros del equipo DirectX, idearon una máquina que incluyera todo lo básico de un PC convencional —Sistema operativo basado en Windows, disco duro y tarjeta de red— pero concentrado en un hardware cerrado a modo de consola.

Sin embargo, la idea todavía no convencía a los ejecutivos de Microsoft. Otto Berkes y su equipo pasaron un tiempo intentando enseñar la idea en las altas esferas de la compañía, sin respuesta. Desviar la atención de una multinacional como Microsoft enfrascada de lleno en Windows y su Office para presentarles una máquina de juegos sería realmente complicado. El equipo de ingenieros tuvo que apoyarse en gente como Nat Brown, por aquel entonces arquitecto de software, para buscar apoyo dentro de la empresa dando visibilidad al proyecto. Fue en una de esas reuniones informales del equipo DirectX donde surgiría el nombre de la consola. En la pizarra se escribió el nombre de “DirectX Box” o “caja de DirectX” por lo que Nat propuso llamar a partir de ese momento al proyecto como “Xbox” algo que ayudaría a dar mayor atractivo a la idea de la consola (Xbox, 2021, 15m04s).

Los cuatro ingenieros junto a Nat Brown buscaron el apoyo de Ed Fries que por aquel entonces era el líder de Microsoft Games Studios. Ed empezó su carrera en Microsoft como una de las mentes impulsoras del proyecto Office. Más tarde tomó la sorprendente decisión de desligarse de ese proyecto para liderar esa pequeña división de la compañía que se enfrascaría en desarrollar juegos para Windows. El papel clave de Ed Fries en Office y el posterior éxito de ventas de *Age of Empires* (1997) o *Flight Simulator* (1982) hicieron que fuera una persona con cierta notoriedad entre la directiva de la compañía, incluso para el mismo Bill Gates.

Tras el anuncio de PlayStation 2 y el detalle que puso Sony en sus características — su procesador superaría al de los PCs de la época— en marzo de 1999, Bill Gates convocó a los diferentes grupos y divisiones relativos a juegos, entre los que se encontraban los ingenieros de DirectX, para tratar cómo podría la compañía lanzar una consola que compitiera con PlayStation 2. Pese a que el equipo de Windows CE, quienes desarrollaron el sistema operativo con el mismo nombre, contaba con experiencia en consolas tras los acuerdos con Sega y su Dreamcast —su sistema operativo era Windows CE— así como con 3DO, fue el equipo de Xbox quien sería el encargado de empezar a escribir el nombre de Microsoft en el mercado de las consolas de sobremesa. El proyecto sería aprobado ese mismo mes de marzo de 1999.

Figura 20

Xbox, la entrada de Microsoft en las consolas domésticas



Nota. De Evan-Amos - Trabajo propio, Dominio público, <https://commons.wikimedia.org/w/index.php?curid=11336580>

La *Game Developers Conference* de San José en marzo del año 2000 fue el lugar elegido por Bill Gates para dar a conocer al mundo la nueva plataforma en la que Microsoft estaba trabajando (Kent, 2016). Microsoft, al igual que Sony, poseía un músculo económico envidiable que dio lugar a una campaña de marketing muy considerable para dar a conocer la máquina. El año 2001 sería la fecha elegida para su puesta a la venta en suelo estadounidense para hacer lo propio un año después en Europa y Japón (Martínez, 2015). La consola, junto a propuestas como Halo: Combat Evolved, se convirtió en la primera consola nacida en Estados Unidos en conseguir una gran cuota de mercado desde la Atari VCS 2600 (Donovan, 2018). Se llegaron a vender en este sentido más de veinticuatro millones de consolas en Estados Unidos y Europa. Pese a esos esfuerzos de marketing que también realizó Microsoft en Japón, solo se vendieron dos millones de consolas en ese territorio (Martínez, 2015). Sin embargo, el cómputo

general de consolas vendidas confirmó que Microsoft había llegado para quedarse en el entramado de hardware dedicado al entretenimiento.

2.7 Una lucha a tres que se mantiene en el tiempo.

Tras la entrada de Microsoft, las tres compañías han continuado liderando el sector de las consolas en los años venideros hasta la misma actualidad.

Sony ha continuado con su marcada línea de introducir avances tecnológicos en sus consolas para confirmar el ecosistema PlayStation como multimedia unido a unos juegos exclusivos de alto presupuesto y gráficos vanguardistas. PlayStation 3 introdujo el soporte Blu-Ray por primera vez en consolas, como ya hicieran PS1 con el CD y PS2 con el DVD.

Microsoft por su parte optó por seguir el camino marcado por Sony para ofrecer consolas cada vez más potentes abrazando cosas como la alta definición, especificaciones de PC y a diferencia de los nipones ofrecer, en Xbox One primero, servicios como GAME PASS el cual, mediante el pago de una suscripción, permiten disfrutar de un extenso catálogo de juegos propios y de terceros de forma digital. Dicha práctica la acabarían adoptando Sony y Nintendo en la actualidad con los servicios PlayStation Plus Premium y Nintendo Switch Online.

Nintendo, fiel al discurso de Iwata, ha ido apostando por la innovación en materia de jugabilidad para sus consolas, alejado de la visión de potencia bruta ante todo que promovían Sony y Microsoft. Ejemplos de esto son la consola Wii U que incluía un mando-tableta o la más reciente Nintendo Switch que abraza tanto en el concepto consola de sobremesa como el de consola portátil que puedes llevar a cualquier parte.

En las siguientes tablas se desgranar, tras la aparición de la primera Xbox, las referidas consolas que las tres compañías han ido lanzando al mercado, así como las características más importantes que han ido introduciendo:

Tabla 1**Consolas PlayStation**

CONSOLA	LANZAMIENTO	CARACTERÍSTICA CLAVE	PRECIO	VENTAS
PlayStation 3	Noviembre 2006 (JP) Noviembre 2006 (NA) Marzo 2007 (EU)	Blu – Ray Disc	599 \$/€,	87,4 millones
PlayStation 4	Noviembre 2013 (Global)	Arquitectura de PC	399 \$/€,	119.2 millones
PlayStation 5	Noviembre 2020 (Global)	Versiones con y sin soporte físico	499 y 399 \$/€,	34 millones (abril 2023)

Tabla 2**Consolas Nintendo**

CONSOLA	LANZAMIENTO	CARACTERÍSTICA CLAVE	PRECIO	VENTAS
Wii U	Noviembre 2012 (Global)	Mando – tableta	299 \$/€,	13,5 millones
Nintendo Switch	Marzo 2017 (Global)	Modo sobremesa y modo portátil	299 \$ 329 €	125.6 millones (Mayo 2023)

Tabla 3**Consolas Xbox**

CONSOLA	LANZAMIENTO	CARACTERÍSTICA CLAVE	PRECIO	VENTAS
Xbox 360	Diciembre 2005 (JP) Noviembre 2005 (NA) Diciembre 2005 (EU)	Disco duro externo y lector HD-DVD	399/299 \$/€,	84 millones
Xbox One	Noviembre 2013 (Global)	Sensor de movimiento KINECT	499 \$/€,	58,5 millones
Xbox Series X/S	Noviembre 2020 (Global)	Versiones con y sin soporte físico	499 y 349 \$/€,	34 millones (abril 2023)

3 Objetivos

- Objetivo general:

El principal objetivo de esta recopilación o revisión bibliográfica es conocer y analizar críticamente el nacimiento y posterior liderazgo de las empresas de entretenimiento dedicadas a videojuegos Nintendo Company Ltd, Sony Interactive Entertainment y Microsoft Xbox.

- Como objetivos específicos tendríamos:

- Conocer las motivaciones de las tres empresas para entrar en el sector del videojuego.
- Cuáles fueron sus primeras consolas, sus sucesoras en el tiempo y las innovadoras características que introdujeron en ellas, así como el impacto que tuvo internet en ellas.
- Cuáles fueron aquellas características socioculturales en las que se fijaron las tres empresas y que incorporaron en sus juegos para atraer a un público concreto.

- Encontrar momentos de choque entre las tres empresas que nos ayuden a entender el camino que tomarán cada una en las propuestas de sus productos.

4 Metodología

Para realizar este trabajo se ha llevado a cabo una revisión de diferentes libros, trabajos académicos, documentos y artículos de los últimos 15 años sobre el nacimiento, desarrollo y consolas de las compañías de entretenimiento Nintendo Company Ltd, Sony Interactive Entertainment y Microsoft Xbox.

Para tratar esta revisión se han consultado diferentes bases de datos como el catálogo FAMA de la Universidad de Sevilla, el Depósito de Investigación de la Universidad de Sevilla (idUS), y el catálogo colectivo de las bibliotecas universitarias de Andalucía (CBUA). En dichas búsquedas se han aplicado diferentes filtros de palabras clave y fechas en los títulos de los libros, artículos o trabajos. Las palabras clave que se han utilizado para ellos fueron *historia* y *videojuegos*, en inglés *history* y *videogames* emparejados con los términos de interés para esta revisión *Nintendo*, *sony*, *playstation*, *Microsoft* y *Xbox*. Estas palabras clave han sido cruzadas en este sentido mediante el operador booleano AND para precisar más en el tema de estudio.

Los criterios de inclusión por su parte han sido los siguientes:

- Libros, trabajos académicos, documentos y artículos en castellano e inglés.
- Libros, trabajos académicos, documentos y artículos publicados en los últimos 15 años.
- Libros, trabajos académicos, documentos y artículos en los que se mencionen a Nintendo, PlayStation y Xbox.
- Libros, trabajos académicos, documentos y artículos en los que se hable de la historia de los videojuegos

5 Resultados

Tras el proceso de metodología, vamos a desgranar a continuación el proceso llevado a cabo para seleccionar aquellos libros, trabajos académicos, documentos y artículos que han resultado acordes para realizar la revisión

Primeramente, en la búsqueda se han utilizados las palabras clave historia/history, videojuegos/videogames, Nintendo, sony, playstation, Microsoft y Xbox.

A la hora de reducir el número de publicaciones a revisar, en la búsqueda se emplearon filtros y diferentes criterios para que los resultados dados se ciñeran más específicamente a la revisión deseada. Estos criterios y filtros en definitiva serían aquellos publicados en inglés o castellano y con fecha no más allá de los últimos 15 años.

Las siguientes tablas muestran los resultados de las bases de datos elegidas, con sus filtros y palabras claves antes citados:

Tabla 1.

Resultados de búsqueda en catálogo FAMA

Rango de tiempo	Palabras clave	Cantidad de resultados
2008-2023	Videojuegos	679
2008-2023	Videogames	292
2008-2023	Videojuegos, historia	82
2008-2023	Videogames, history	58
2008-2023	Videojuegos, Xbox	4
2008-2023	Videogames, Xbox	58
2008-2023	Videojuegos, Nintendo	8
2008-2023	Videogames, Nintendo	58
2008-2023	Historia, Nintendo	6
2008-2023	History, Nintendo	58

Tabla 2.

Resultados de búsqueda en catálogo CBUA

Rango de tiempo	Palabras clave	Número de resultados
2008-2023	Videojuegos, PlayStation	4
2008-2023	Videojuegos, Xbox	7
2008-2023	Videogames, Xbox	10
2008-2023	Videojuegos, Nintendo	21

Tabla 3.

Resultados de búsqueda idUS

Rango de tiempo	Palabras clave	Número de resultados
2008-2023	Videojuegos	69
2008-2023	Videojuegos, historia	3

A continuación, mostraremos aquellos libros, trabajos, artículos o documentos que mostraban resultados satisfactorios para la revisión:

Tabla 3.

Publicaciones válidas para su revisión

Objeto de estudio	Autor/es
Nintendo, PlayStation y Xbox	(Martínez, 2015) (Kent, 2016) (Donovan, 2018)
Industria del videojuego	(Rodríguez, 2016) (Zackariasson & Wilson, 2012) (Green & Kaufman, 2012) (Bissell, 2011) (Domínguez, 2020)
Nintendo	(Pérez, 2016) (Nintendo, 2016) (Gorges, 2015) (Gorges, 2019) (Gorges, 2021)
PlayStation	(Relinque, Fernández, & Relaño, 2019)
Xbox	(DeMaria, 2019) (Xbox, 2021)

6 Discusión

En lo que respecta a las preguntas y objetivos planteados con anterioridad en este trabajo de revisión, vamos a tratar de darles respuesta en este apartado. Primeramente, resolveremos la cuestión de cuáles fueron todas aquellas motivaciones de Nintendo, Sony y Microsoft para meterse de lleno en la industria del videojuego doméstico.

Para Donovan (2018) el sector de los videojuegos en suelo japonés allá por la década de los setenta estaba centralizado en el mercado doméstico. Había que contentar principalmente al usuario japonés a través de los salones recreativos distribuidos por el país. En este sentido Nintendo, en su primer intento de aproximarse al sector, puso a la

venta en 1975 EVR Race pero pronto desechó esta idea dadas las constantes averías de la máquina. Gorges (2019) añade que Yamauchi, presidente de la compañía por aquel entonces, aún recelaba de aquellas consolas y arcades estadounidenses ya que consideraba que sus gráficos eran vetustos y carentes de calidad visual por lo que no contentarían al público nipón. A ello hay que sumar el hecho de que la empresa se encontraba en una situación económica delicada tras el sonado fiasco del Laser Clay System y no poseía las garantías necesarias para comercializar una consola propia. Sería ya en 1977 cuando por fin decide dar ese salto de la mano una división de Mitsubishi Electronics que les propone un proyecto conjunto. Así nacerían las Color TV Game 6 y Color TV Game 15. Su éxito hace cambiar de opinión a Nintendo respecto a los videojuegos. Pese a sus simplones gráficos poseen una capacidad enorme de generar dinero.

Sin embargo, como bien señala Donovan (2018), hay un detonante en 1978 que convence a Yamauchi de que los videojuegos son el futuro de la compañía. Es el caso de Space Invaders (1978) de la compañía japonesa Taito. Este producto patrio, el cual cosecha en un éxito sin precedentes en Estados Unidos, hace que las empresas japonesas se abran a intentar conquistar a ese público global que a principios de la década de los setenta no se tenía para nada en cuenta. En el mismo sentido Gorges (2019) nos comenta que para Nintendo esta locura por Space Invaders no haría más que confirmar que los videojuegos pueden contentar y seducir a un amplio abanico de edades. Otros autores como Pérez (2016) añaden que la tecnología de semiconductores y microprocesadores —Space Invaders incorporaba uno— era más barata en ese momento por lo que los productos que lo incorporasen estarían al alcance del usuario japonés medio. Esto unido, a que dichos microprocesadores escondían un potencial tremendo que los ingenieros de Nintendo no tardarían en explotar, acabaría por ver nacer su primera consola en cosechar el éxito global, la Famicom —o Nintendo Entertainment System—.

Sony, desde que se convirtió en una de las líderes en tecnología, mostró un interés creciente en el lucroso sector del videojuego —viendo el éxito de compañías como Nintendo y Sega— como señala Martínez (2015). Ya en los años ochenta inició su primera incursión en el sector creando y produciendo el microprocesador MSX. Los altos cargos de la empresa, en un principio no veían seguro el aventurarse en el sector de los videojuegos ya que no casaba del todo con la imagen que quería mostrar la corporación. Sin embargo, con una línea de productos creada a partir del MSX, que además de incluir aplicaciones de diversa índole —con esto las altas esferas de la empresa estarían satisfechas—, se prestaba a alojar también videojuegos por lo que compañías de cierto

renombre de la época como Konami o Taito pudieron aprovecharse de esta tecnología para llevar sus productos fuera de Japón. Incluso dentro de la empresa se crearon videojuegos como el Coaster Racer.

Otra de las incursiones previas a PlayStation que Sony realizó en el sector fue la creación, en 1989, de la firma Sony Imagesoft cuya función sería la de producir trabajos a terceros para las consolas de por aquel entonces. Daba la casualidad que en un principio se trabajaría en exclusiva para Nintendo y su Famicom/NES para después abarcar otros sistemas como la Mega Drive de Sega.

El fracaso de la alianza con Nintendo que daría lugar a la SNES PlayStation no fue impedimento para que Norio Ohga, presidente de Sony, confiara en el proyecto de la futura Sony PlayStation a manos de Ken Kutaragi —cuyo sueño era que Sony empezara a hacer consolas de videojuegos (Donovan, 2018)— ya que éste último había conseguido anteriormente grandes beneficios para la empresa fabricando el chip de sonido que iría en la Super Famicom de Nintendo.

Kent (2016) subraya que algunos ejecutivos de Microsoft estaban al tanto del éxito de PlayStation 2 y que Sony, con esa máquina multimedia —se podían ver películas y escuchar música además de jugar a videojuegos—, había iniciado un nuevo mercado bastante apetitoso. Las oficinas de Microsoft en Redmond estaban conformadas con mucha gente que había crecido con videojuegos. Sin embargo, como bien señala Donovan (2018), la empresa no se había aventurado de lleno en el sector del videojuego. Contaba con juegos como Age of Empires en PC, pero el hecho de competir con empresas como Nintendo o Sega no estaba en sus planes de momento.

Como ya hemos señalado, muchos de los que trabajaban en la empresa crecieron jugando a videojuegos. En las oficinas de la compañía se veían máquinas recreativas e incluso un salón dedicado a ellas (Kent, 2016). Fue en uno de esos lugares donde germinaría el primer proyecto de consola de Microsoft. Tenemos que situar el foco en cuatro ingenieros de la empresa: Seamus Blackley, Kevin Bachus, Ted Hase y Otto Berkes. Los cuatro pertenecían al equipo de software de DirectX, dedicado a ayudar a los desarrolladores a crear juegos para el sistema operativo de Windows en PC (Xbox, 2021, 8m50s). Para ellos el futuro de la compañía debía ir de la mano con el sector del videojuego y un paso fundamental sería crear una consola que compitiera con aquella bestia multimedia que había creado Sony con su PlayStation 2. El hecho de trabajar con DirectX, una herramienta que como ya dijimos ayudaba en el desarrollo de juegos para Windows, les dio la idea de trasladar este conjunto de herramientas a una consola de

hardware cerrado, ayudando a todos esos desarrolladores familiarizados con el PC a que pudieran hacer mejores juegos de forma más eficiente en la nueva consola a diferencia de Sony, Nintendo o Sega (Xbox, 2021, 11m50s). Todo esto elevaría el beneficio de Microsoft si finalmente entrara de lleno en el sector con esta consola. Kent (2016) señala que no pasaría mucho tiempo hasta que los altos ejecutivos de Microsoft dieran el visto bueno al proyecto en marzo de 1999.

Otra de las cuestiones a resolver en esta revisión bibliográfica sería la referente a cuáles son todas aquellas características que tanto Nintendo como Sony como Microsoft han ido introduciendo en sus nuevas consolas.

Sony con su primera PlayStation lanzada en 1994, con la visión de Ken Kutaragi al frente, veía en el avance del CD-ROM y los gráficos en 3D punteros una oportunidad única con la que adentrarse con éxito en la industria del videojuego. Sin embargo, autores como Donovan (2018) señalan que, si bien esto debería asombrar al mundo, se tornó al principio en desconfianza. Tras el anuncio de Sony, el miedo a que fuera una máquina muy cara empezó a palpase entre los usuarios y la prensa especializada. Daba la sensación que Sony correría la misma suerte que The 3DO Company y su consola 3DO que ya probó sin éxito el renderizado en tres dimensiones o que sería otro caso como el de Phillips y el CD-i (Relinque, Fernández & Relano, 2019). Solo unos pocos años después Ken Kutaragi y su equipo demostraron al mundo, a Nintendo y a Sega que se equivocaban.

Nintendo en un principio tanto con NES como posteriormente con SNES abrazaría el formato cartucho con sus consolas que le permitía controlar el efecto de la piratería. Con sus GAME & WATCH y con Game Boy, Nintendo, a través del pensamiento de Gunpei Yokoi, rechazaría la tecnología más avanzada y así hallar nuevos usos para la tecnología ya asentada que pueda producirse en masa a bajo coste (Donovan, 2018).

Martínez (2015) cita que no sería hasta 1993 cuando Nintendo anunciaría que se encontraba trabajando en lo que a la postre sería Nintendo 64. Una consola muy avanzada en términos de potencia bruta, ya que se iría a los 64 bits en comparación a los 32 bits que disponía la competencia —Sony con su PlayStation y Sega con Saturn—. Por si fuera poco, Silicon Graphics que en aquella época se encargó de los efectos especiales en películas como Jurassic Park (Universal Studios, 1993), colaboraría también en el proyecto por lo que el chip gráfico de la consola estaría a la vanguardia. En contraposición Pérez (2016) comenta que desde la propia compañía acabarían viendo como un error el saltar a un sistema tan avanzado en lo gráfico respecto a Super Nintendo. Para Nintendo,

en palabras de Shigeru Miyamoto, el camino que había tomado Sony con su primera PlayStation fue más correcto al dar un paso intermedio en ese sentido. La introducción de Nintendo 64 supuso en este sentido un aumento de dificultad considerable en lo que respecta al desarrollo de juegos por lo que muchas third parties dejaron de mostrar apoyo a Nintendo en favor de Sony. Una de estas third parties sería SquareSoft. Donovan (2018) recalca como Square, cuya saga Final Fantasy había salido en exclusiva en consolas Nintendo desde 1987, dictaminó que Final Fantasy VII (1997) saldría en exclusiva en la primera PlayStation en un formato de tres CDs con lo que se descartaba su llegada a Nintendo 64. Dicho juego se convirtió en el primer juego de rol japonés en triunfar fuera de Japón.

Si bien Nintendo anunció que con su siguiente consola abandonarían el cartucho como formato por primera vez desde sus inicios, Gamecube no iba a utilizar los CDs o DVDs convencionales como soporte para sus juegos (Pérez, 2016). En vez de eso se desarrolló un formato propio conocido como Nintendo Optical Disc. Se trataban de pequeños discos —la mitad de un CD convencional— cuya capacidad de almacenamiento no superaban los 1,5 GB. Nintendo con esto —junto al hecho de sortear la amenaza de la piratería— empezaba a pensar que los juegos con gráficos realistas no debían ser la nota predominante en el futuro de la compañía por lo que si una empresa quería hacer juegos grandes con gráficos punteros debía consolarse con el hecho de incluir más discos.

Para dar vida a PlayStation 2 Sony formaría alianza con Toshiba para dar forma al nuevo procesador —denominado Emotion Engine— de su nueva máquina comentan Relinque, Fernández, & Relaño, (2019). Al igual que hiciera con el CD-ROM en la primera PlayStation, Sony volvería a apostar por un nuevo y vanguardista formato, el DVD, el cual triplicaría la capacidad de almacenamiento del CD para dar forma a juegos más detallados y grandes. El incluir el DVD resultó en el hecho de que muchos de los futuros poseedores de la consola la podrían utilizar también para ver películas en la consola. Todo un sistema multimedia en casa a un precio muy atractivo. Emulando en este sentido a Nintendo en la época de NES y SNES, Sony habilitó la posibilidad de poder jugar al catálogo de la primera PlayStation en su sucesora posibilitando que muchos usuarios pudieran dar el salto sin perder los títulos adquiridos anteriormente.

Kent (2016) relata como las cuatro mentes —Seamus Blackley, Kevin Bachus, Ted Hase y Otto Berkes— detrás de la primera Xbox de Microsoft dotaron a su máquina de una arquitectura básica de PC, algo que Sony imitaría en un futuro con PlayStation 4. Xbox contaría una variante de Windows como sistema operativo, un disco duro integrado

y opciones de conexión a internet de banda ancha, esto último pionero en consolas lo cual haría que Sony y Nintendo tomaran el mismo rumbo incluyendo a posteriori accesorios para ello.

No sería hasta la generación donde confluirían Nintendo Wii, PlayStation 3 y Xbox 360 cuando las tres compañías abrazaran internet como punto clave en sus consolas. Los juegos ya incluirían plenas funciones multijugador en línea y cada una de las consolas poseía una tienda digital donde se podían adquirir juegos.

Llegamos así a la tercera cuestión planteada en la revisión. Trataremos de conocer aquellas características socioculturales que las tres compañías vislumbraron para incorporarlas a sus juegos y así atraer a un determinado público a ellas.

Empezando por Nintendo, la compañía de Tokio siempre señalaba en sus inicios que sus juegos iban dirigidos a todas las audiencias señala Pérez (2016). Sin embargo, tuvo y ha tenido que seguir lidiando con la etiqueta de compañía con juegos “para niños”. Incluyo mentes del sector tan reconocidas en la industria como Hideo Kojima relataba en una entrevista que el lanzamiento de una entrega de su adulta saga Metal Gear en Nintendo GameCube no se incluía en sus planes dado que las consolas de Nintendo siempre han ido enfocadas a un público bastante joven. Esto casa con pensamientos de autores como Martínez (2015) que consideran que el diseño infantil de Gamecube, unido a juegos destinados a un público marcadamente infantil convertían a la máquina en un objeto para el juego familiar, muy alejado de unos jugadores cuya media de edad se situaba ya entre los 19 y los 45 años. Títulos como *Eternal Darkness* (2002) fueron recibidos con sorpresa entre los usuarios y la prensa especializada. Esa definición de “juegos para todos” acabaría haciendo mella en la compañía.

Sin embargo, la compañía no cejó en su empeño de atraer al mayor público posible. Como indica Pérez (2016) Nintendo lanzó a finales de los años ochenta ideas como el Nintendo Fun Club en la que cualquiera podía darse de alta para recibir un boletín en papel, el cual constaba de un par de páginas con información varia de los juegos y de los futuros lanzamientos. Revistas como ‘Nintendo Power’ mostraban novedades de la compañía, permitiendo también que sus usuarios mandaran fotos, puntuaciones o dibujos. Dicha revista ya contaba a fecha de 1990 con más de seis millones de lectores mensuales. En Estados Unidos incluso se abrió una línea de teléfono en la que los usuarios podían llamar para consultas. Esto derivó en que los clientes también llamaran para saber cómo superar fases de los juegos. Esto permitió a Nintendo conocer que un gran número de

gente adulta también se interesaba en sus juegos. Hasta un público femenino que hasta esa fecha había mostrado poco interés en las propuestas de la compañía.

Personajes como Mario, Luigi o Donkey Kong ya era tan conocidos en Estados Unidos como los mismísimos Mickey Mouse de Disney. Se crearon concursos en 1990 como el “Nintendo World Championships” en el que se buscaba al mejor jugador de NES de Estados Unidos.

Como ya citamos anteriormente para Sony el jugador que había crecido jugando con Nintendo o Sega demandaba un tipo de videojuego más adulto y maduro. Para Relinque, Fernández & Relaño (2019) no fue solo este público el que Sony quiso atraer, también buscaba a quienes nunca habían jugado a videojuegos con anterioridad. Se dejó en constancia que se quería atraer a amantes del cine, la música o el arte vanguardista. En este mismo sentido se orienta Donovan (2018) en tanto en que la visión de la compañía era alejar a PlayStation del juguete “para niños” y convertirlo en un atrayente equipo electrónico de consumo. A ello ayudaron títulos tan icónicos como Tomb Raider (1996), Wipeout, Gran Turismo (1998) o Silent Hill (1999). Con Wipeout, de Psygnosis, Sony incluyó temas de varios grupos de dance exitosos en Europa como The Chemical Brothers y distribuyó puestos de PlayStation con demos del juego en varias discotecas. Pronto personajes como Lara Croft de Tomb Raider se convirtieron iconos de la cultura pop con un potencial publicitario tremendo dando lugar a varios productos de merchandising e incluso películas taquilleras. Este éxito de PlayStation animó a los desarrolladores a crear más y más juegos para satisfacer a jugadores más mayores y adultos como Resident Evil (1996), de Capcom, o Alone in the Dark (1994).

Todo esto no solo quedó patente en los juegos o en las campañas de marketing de la empresa (Relinque, Fernández & Relaño, 2019). Nacieron grandes comunidades de jugadores y revistas especializadas en España como PlayManía o la Revista Oficial de PlayStation, la cual incluía CDs con demostraciones de juegos. La primera PlayStation, en este sentido, consiguió que la afición por los videojuegos dejara poco a poco atrás el estigma de pertenecer a un nicho reducido de usuarios.

Microsoft en este sentido adoptó, aprovechando que Xbox era una consola plenamente occidental, una política muy parecida a PlayStation de juegos destinados a un público maduro y como cita en este caso Martínez (2015) apoyándose en un uso multimedia y priorizando el juego online. Microsoft deseaba con esto atraer no solo al exigente jugador de PC dotándole de una máquina cuyas prestaciones gráficas se situaban por encima de las de la competencia, también supo prever muy bien que las consolas

necesitan apoyarse en el uso de internet para llevar al siguiente nivel el concepto social de las mismas.

Según Donovan (2018) Nintendo ante la fulgurante aparición de PlayStation, así como la de un tercer contendiente como Microsoft con su Xbox, tomó la decisión de que necesitaban reconsiderar su modelo de negocio respecto a los juegos y las consolas. Satoru Iwata, presidente por aquel entonces desde 2002, reconoció que había un amplio número de usuarios que con la edad ya de trabajar no disponían de suficiente tiempo para jugar. Este nuevo mercado de clientes necesitaba de nuevas propuestas de juego, más ágiles y sorprendentes. De esta nueva visión nacerían tanto Nintendo DS, consola portátil con dos pantallas táctiles, como la nueva consola de sobremesa, la Nintendo Wii. Esta última disponía de un mando con sensor de movimiento ante la problemática que planteaba Iwata de que los jugadores que no estaban familiarizados con videojuegos encontraban en sus mandos demasiados botones complejos. Mientras que Sony y Microsoft lanzaban PlayStation 3 y Xbox 360, dos bestias de la alta definición, respectivamente, Nintendo lanzó Wii, que también incluía funciones online, junto al juego Wii Sports (2006) el cual incluía minijuegos de béisbol, golf o boxeo. Millones de usuarios de todo el mundo se sintieron atraídos a la nueva propuesta de Nintendo que consiguió despachar a fecha de 2009 cerca de 68 millones de unidades, más de la mitad que la competencia juntas. Nintendo volvía a liderar la industria.

Los videojuegos en la actualidad se dirigen a un público objetivo comprendido entre los doce y los veinticinco años. Como comenta Domínguez (2019) los videojuegos tienen un precio considerablemente elevado debido a la necesidad de amortizar la inversión de tiempo, dinero y esfuerzo que realizan las compañías para su desarrollo. Ese dinero puede suponer un gasto excesivo para un gran número de estos jugadores que se encuentran en edad de estudios y por lo tanto lo invierten en otros tipos de ocio o en los llamados juegos free to play. El auge en la actualidad de los juegos indie, juegos independientes, se debe en gran parte a esto. Compañías que no poseen el músculo económico de otras como Electronic Arts, Ubisoft o Rockstar invierten en juegos de menor presupuesto, que acarrea un precio menor para el consumidor, pero que en la mayoría de los casos se refleja en una mayor creatividad.

Por tanto, una vez realizada la lectura y revisión de la bibliografía seleccionada, comentar que una de las limitaciones a las que me he enfrentado ha sido la difícil tarea de encontrar escritos que informen únicamente del devenir de las tres compañías en su conjunto.

Pese a ser en la actualidad las tres compañías proveedoras de las tres y únicas consolas de sobremesa de éxito en la actualidad, la información de sus inicios y consolidación se encuentra muy limitada en tomos y documentos que por lo general tratan la historia de los videojuegos de forma global. En la mayoría de los casos, encontrar información más específica de cada compañía resulta en ejemplares dedicados exclusivamente a cada una de ellas.

También es patente un vacío de estudios respecto a ferias como el E3 —la Electronic Entertainment Expo—, lugares de reunión que durante los años noventa y hasta la actualidad han servidos para que las tres compañías enseñen al mundo sus nuevas consolas y propuestas de nuevos juegos. Ante la aparición de internet, esta feria del E3 se convirtió en el mes de junio en un lugar de reunión de miles de usuarios que esperaban ansiosos las retransmisiones en directo por Youtube de las conferencias de Nintendo, Sony y Microsoft esperando grandes lanzamientos en sus consolas.

7 Conclusiones

Esta revisión bibliográfica ha tratado principalmente de esclarecer para el lector cuales son y como nacieron las tres compañías líderes del sector del videojuego en la actualidad., esto es Nintendo, Sony PlayStation y Microsoft Xbox.

En este sentido primeramente se ha puesto en contexto como aparecieron, de dónde procedían y como se consolidaron, a través de sus consolas, en el sector del videojuego.

De igual manera se han estudiado cuáles podrían ser esas motivaciones que llevaron a las tres compañías a entrar en el mercado de consolas de videojuegos para seguidamente profundizar en las características que implementaron en sus consolas que pudieran ser atractivas para el usuario y en qué aspectos socioculturales pusieron empeño para atraer a un público concreto.

Por último, se ha buscado encontrar momentos de choque de las tres empresas para ayudarnos a entender el camino que tomarán en sus propuestas.

Aunque las respuestas a estas cuestiones quedan resueltas tras la revisión de la bibliografía seleccionada creo que sería conveniente en futuros estudios profundizar específicamente en las tres compañías, dada la importancia capital que han demostrado en la industria.

En dichos estudios creo que debería cobrar importancia tratar con mayor énfasis lo que suponen ferias como el E3, el Tokyo Game Show o convenciones como el CES celebrado cada enero en Las Vegas. Dichos lugares han servido como lugar de reunión de las tres compañías para mostrar sus avances a lo largo de los años.

8 Apéndice de compilación bibliográfica

En este apartado desgranaremos una compilación bibliográfica dividida por temáticas cuya finalidad será la de dar apoyo a futuras investigaciones relacionadas con Nintendo, Sony PlayStation y Microsoft Xbox.

- **Nintendo**

Gorges, & Yamazaki, I. (2015). La Historia de Nintendo. Volumen 1, 1889-1980, De los juegos de cartas a Game & Watch. Héroe de papel.

Gorges, & Yamazaki, I. (2016). La Historia de Nintendo. Volumen 2, 1980-1991, Game & Watch, un invento sorprendente. Héroe de papel.

Gorges, & Mora, M. (2019). La Historia de Nintendo. Volumen 3, 1983-2016 : La Famicom o Nintendo Entertainment System (1a ed.). Héroe de Papel.

Gorges. (2021). La Historia de Nintendo. Volumen 4, 1989-1999, la increíble historia de la Game Boy. Héroe de papel.

Jones, Thiruvathukal, G. K., & Thiruvathukal, G. K. (George K. (2012). Codename revolution : the Nintendo Wii platform. MIT Press.

Kent, S. L. (2021). The Ultimate History of Video Games, Volume 2: Nintendo, Sony, Microsoft, and the Billion-Dollar Battle to Shape Modern Gaming. Estados Unidos: Crown.

Silva. (2018). ¡Hazte con todos! : el fenómeno Pokémon: origen y evolución. Héroes de Papel.

Shaw, G., HQ, W. (2021). What Is Nintendo?. Estados Unidos: Penguin Young Readers Group.

Hasegawa, & Kimm, T. (2010). Rediscovering Japanese business leadership 15 Japanese managers and the companies they're leading to new growth. Wiley.

Jung, C. (2011). A Strategy Analysis of Nintendo - Executive Summary. Alemania: GRIN Verlag.

Sheff, D. (2011). Game Over: How Nintendo Conquered The World. Reino Unido: Knopf Doubleday Publishing Group.

Pérez Rodríguez. (2016). La Historia de Nintendo : más de 125 años de entretenimiento. Dolmen Editorial.

Firestone, M. (2011). Nintendo: The Company and Its Founders. Estados Unidos: ABDO Publishing Company.

Green, S. (n.d.). Nintendo. Estados Unidos: Bellwether Media.

History of Nintendo: Volume One (Console Gamer Magazine). (2019). (n.p.): Console Gamer Magazine.

Sutherland, A. (2012). The Story of Nintendo. Estados Unidos: Rosen Publishing Group.

Ryan, J. (2011). Super Mario: How Nintendo Conquered America. Estados Unidos: Penguin Publishing Group.

- **Personajes clave de la empresa**

Burns, J. (2010). Shigeru Miyamoto: Nintendo Game Designer. Reino Unido: KidHaven Press.

Ask Iwata: Words of Wisdom from Satoru Iwata, Nintendo's Legendary CEO. (2021). Estados Unidos: VIZ Media LLC.

Kohler, C. (2016). Power-Up: How Japanese Video Games Gave the World an Extra Life. Estados Unidos: Dover Publications.

Gunpei Yokoi: The Life and Philosophy of Nintendo's God of Toys TP. (2013). (n.p.): Pix'n love.

Cornell, K. (2016). Nintendo Video Game Designer Shigeru Miyamoto. Estados Unidos: Lerner Publishing Group.

Thomas, R. L. (2019). Nintendo Innovator: Hiroshi Yamauchi. Estados Unidos: Abdo Publishing.

deWinter, J. (2015). Shigeru Miyamoto: Super Mario Bros., Donkey Kong, The Legend of Zelda. Estados Unidos: Bloomsbury Publishing.

- **Consolas de Nintendo**

Tobin, S. (2013). Portable Play in Everyday Life: The Nintendo DS. Reino Unido: Palgrave Macmillan.

Custodio, A. (2020). Who Are You? Nintendo's Game Boy Advance Platform. Reino Unido: MIT Press.

Sloan, D. (2011). Playing to Wiin: Nintendo and the Video Game Industry's Greatest Comeback. Alemania: Wiley.

Weiss, B. (2020). *The NES Omnibus: The Nintendo Entertainment System and Its Games, Volume 1 (a-L)*. Estados Unidos: Schiffer Publishing.

Jones, S. E., Thiruvathukal, G. K. (2012). *Codename Revolution: The Nintendo Wii Platform*. Estados Unidos: MIT Press.

Parish, J. (2016). *Game Boy World 1989*. (n.p.): CreateSpace Independent Publishing Platform.

Arsenault, D. (2017). *Super Power, Spooky Bards, and Silverware: The Super Nintendo Entertainment System*. Estados Unidos: MIT Press.

Contri, P. (2019). *Ultimate Nintendo: Guide to the SNES Library*. Estados Unidos: Contri Code Productions.

History of Nintendo: Volume One (Console Gamer Magazine). (2019). (n.p.): Console Gamer Magazine.

Ziesak, J. (2009). *Wii Innovate. How Nintendo Created a New Market Through the Strategic Innovation Wii*. Alemania: GRIN Verlag.

History of the Super Nintendo (SNES): Ultimate Guide to the SNES Games & Hardware. (n.d.). (n.p.): Console Gamer Magazine.

Scullion, C. (2022). *The N64 Encyclopedia: Every Game Released for the Nintendo 64*. Reino Unido: White Owl.

Screw Attack. (n.d.). *ScrewAttack's Video Game Vault: The Best N64 Games EVER!*. (n.p.): Mango Media.

Holder, S. (2015). *The Nintendo GameCube*. (n.p.): CreateSpace Independent Publishing Platform.

Lacombe, R. (2015). *The Nintendo 64: A Comprehensive Look at the History, Technology and Success of the N64.* (n.p.): CreateSpace Independent Publishing Platform.

Horowitz, K. (2020). *Beyond Donkey Kong: A History of Nintendo Arcade Games.* Estados Unidos: McFarland, Incorporated, Publishers.

Scullion, C. (2020). *The SNES Encyclopedia: Every Game Released for the Super Nintendo Entertainment System.* Reino Unido: Pen & Sword Books.

History of the NES (Nintendo Entertainment System): Ultimate Guide to the NES Games & Hardware. (2019). (n.p.): Console Gamer Magazine.

Scullion, C. (2019). *The NES Encyclopedia: Every Game Released for the Nintendo Entertainment System.* Reino Unido: Pen & Sword Books.

History of The Nintendo 64: Ultimate Guide to the N64's Games & Hardware. (n.d.). (n.p.): Console Gamer Magazine.

Russell, J. (2012). *101 Amazing Nintendo Nes Facts: Includes Facts about the Famicom.* Reino Unido: Andrews UK Limited.

Inoue, O. (2022). *Nintendo Magic: Winning the Videogame Wars.* Reino Unido: Kodansha USA.

- **PlayStation**

The Video Game Explosion: A History from PONG to PlayStation and Beyond. (2008). Reino Unido: Bloomsbury Academic.

Bown, A. (2018). The PlayStation Dreamworld. Alemania: Polity Press.

Asakura, R. (2000). Revolutionaries at Sony : the making of the Sony PlayStation and the visionaries who conquered the world of video games. Reino Unido: McGraw-Hill.

Alberto Alvisi, Alessandro Narduzzo & Marco Zamarian (2003) Playstation and the Power of Unexpected Consequences, *Information, Communication & Society*, 6:4, 608-627, DOI: 10.1080/1369118032000163286

Duffield, K. S. (2010). Ken Kutaragi: PlayStation Developer. Reino Unido: KidHaven Press.

Lantano, Petruzzelli, A. M., & Panniello, U. (2022). Business model innovation in video-game consoles to face the threats of mobile gaming: Evidence from the case of Sony PlayStation. *Technological Forecasting & Social Change*, 174, 121210–. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2021.121210>

Mitchell, W. N. (2015). The Sony Playstation: History, Technology and Legacy. Estados Unidos: CreateSpace Independent Publishing Platform.

Rulekonge, D. (2022). The PlayStation 2 Encyclopedia Vol.1: #-D. (n.p.): Lulu.com.

Parish, J. (n.d.). PlayStation: a Retrospective. (n.p.): Limited Run Games.

Relinque, J., Relaño Gómez, J., Fernández, J. M. (2019). La Enciclopedia PlayStation. España: Héroes de Papel.

- **Xbox**

DeMaria. (2019). *Game of X v.1: Xbox*. CRC Press.

DeMaria, R. (2018). *Game of X V.2: The Long Road to Xbox*. Estados Unidos: CRC Press.

Xbox. (s.f.). *Power On: La historia de Xbox*. <https://www.xbox.com/es-ES/power-on>

Jakobsson, M. (2011). The achievement machine: Understanding Xbox 360 achievements in gaming practices. *Game Studies*, 11(1), 1-22.

Microsoft Xbox: How Microsoft Challenged the Dominance of Nintendo & Sony. (n.d). MarketLine, a Datamonitor business.

Amos. (2022). *Consolas de videojuegos 2.0 : una historia fotográfica desde Atari a Xbox (Primera edición)*. Game Press Editorial

Bach, R. (2015). *Xbox Revisited: A Game Plan for Public and Civic Renewal*. Estados Unidos: Brown Books Publishing Group.

Schumacher, D., Lacher, S., Keller, F., Roth, F. (2004). *Business Report: Microsoft Xbox - Marketing Concept and Strategy*. Alemania: GRIN Verlag.

9 Referencias bibliográficas

Martínez. (2015). De Super Mario a Lara Croft : la historia oculta de los videojuegos (Nueva edición ampliada). T. Dolmen.

Microsoft Xbox: How Microsoft Challenged the Dominance of Nintendo & Sony. (n.d.). MarketLine, a Datamonitor business.

Gorges, & Yamazaki, I. (2015). La Historia de Nintendo. Volumen 1, 1889-1980, De los juegos de cartas a Game & Watch. Héroes de papel.

Gorges, & Mora, M. (2019). La Historia de Nintendo. Volumen 3, 1983-2016 : La Famicom o Nintendo Entertainment System (1a ed.). Héroes de Papel.

Gorges. (2021). La Historia de Nintendo. Volumen 4, 1989-1999, la increíble historia de la Game Boy. Héroes de papel.

Jones, Thiruvathukal, G. K., & Thiruvathukal, G. K. (George K. (2012). Codename revolution : the Nintendo Wii platform. MIT Press.

Jaime Oswaldo Viana Rojas. (2013). Consolas de juegos dan un salto generacional El reto es vencer a los teléfonos inteligentes. Portafolio.

Ricardo Pérez Vallejos. (2020). Hace 24 años salió a la venta una de las mejores consolas de la historia: Nintendo 64 (Spanish ed.). ContentEngine LLC, a Florida limited liability company

Jones, Thiruvathukal, G. K., & Thiruvathukal, G. K. (George K. (2012). Codename revolution : the Nintendo Wii platform. MIT Press.

Relinque, Fernández, J. M., & Relaño Gómez, J. (2019). La Enciclopedia PlayStation / Jesús Relinque “Pedja”, José Manuel Fernández “Spidey”, Joaquín Relaño Gómez. Héroes de Papel.

Fontán Nowell, Contreras Medina, F. R., & Sánchez Leiva, J. (2014). Evolución de la narrativa en el videojuego a lo largo de su historia. [s.n.].

Martínez Cantudo. (2015). La generación que cambió la historia del videojuego. Síntesis.

Rodríguez Prieto. (2016). Videojuegos: la explosión digital que está cambiando el mundo. Héroes de Papel.

Corbal. (2017). Curso de narrativa en videojuegos. RA-MA Editorial.

DeMaria. (2019). Game of X v.1: Xbox. CRC Press.

Zackariasson, & Wilson, T. L. (2012). The video game industry: formation, present state, and future. Routledge.

Pérez Rodríguez. (2016). La Historia de Nintendo: más de 125 años de entretenimiento. Dolmen Editorial.

Wolf. (2021). Encyclopedia of videogames: the culture, technology, and art of gaming (Second edition). Greenwood.

Green, & Kaufman, J. C. (2015). Video games and creativity. Elsevier.

Domínguez Bernabé, & Sánchez Oliveira, E. (2019). Análisis del videojuego: más allá del entretenimiento. [s.n.].

Kent, & Tejera Expósito, D. (2016). La Gran historia de los videojuegos: de Pong a Pokémon y mucho más--: un adictivo viaje al interior de los juegos con los que creciste y nunca has olvidado. Ediciones B, Grupo Zeta.

Donovan. (2018). Replay: la historia de los videojuegos. Héroes de papel.

Harris. (2017). Console wars: [Sega, Nintendo y la batalla que definió una generación]. Héroes de papel.

Juul. (2009). *A casual revolution reinventing video games and their players*. MIT Press.

Bissell. (2011). *Extra lives : why video games matter*. Vintage Books.

McGonigal. (2011). *Reality is broken : why games make us better and how they can change the world*. Penguin Press.

Xbox. (1 de diciembre de 2021). *Power On: The Story of Xbox | Chapter 1: The Renegades* [Archivo de Vídeo]. Youtube. <https://youtu.be/AJYsA1jXf60>

Domínguez Bernabé, S. (2019). *Análisis del videojuego: más allá del entretenimiento*. (Trabajo Fin de Grado Inédito). Universidad de Sevilla, Sevilla.

Videojuegos:

- *Rabbit Coaster* (1964) Nintendo
- *Twister* (1966) Hasbro
- *Ultra Hand* (1966) Nintendo
- *Love Tester* (1969) Nintendo
- *Kosenju SP* (1970) Nintendo
- *Laser Clay Shooting* (1973) Nintendo
- *Mini Laser Clay* (1974) Nintendo
- *Simulatio System: Wild Gunman* (1974) Nintendo
- *Shooting Trainer* (1975) Nintendo
- *Battle Shark* (1977) Nintendo
- *Test Driver* (1978) Nintendo
- *EVR Derby Race* (1975) Nintendo
- *EVR Car Race* (1975) Nintendo
- *EVR Baseball* (1975) Nintendo
- *Pong* (1972) Atari
- *Elepong* (1973) Taito
- *Space Launcher* (1979) Nintendo
- *Space Firebird* (1980) Nintendo
- *Radar Scope* (1980) Nintendo
- *Donkey Kong* (1980) Nintendo

- *Street Fighter* (1987) Capcom
- *Pac-man* (1980) Atari, Namco
- *Donkey Kong Jr.* (1982) Nintendo
- *Popeye* (1983) Nintendo
- *The Legend of Zelda* (1986) Nintendo
- *Super Mario Bros* (1985) Nintendo
- *Excitebike* (1984) Nintendo
- *Metroid* (1986) Nintendo
- *Mike Tyson's Punch-Out!* (1987) Nintendo
- *Super Mario Land* (1989) Nintendo
- *Tetris* (1989) BPS, Nintendo
- *Super Mario World* (1990) Nintendo
- *F-Zero* (1990) Nintendo
- *Sonic The Hedgehog* (1991) SEGA
- *Wipeout* (1995) Psygnosis, Sony Interactive Entertainment Europe
- *Ridge Racer* (1994) Namco
- *Nekketsu Oyako* (1994) Technosoft
- *Mahjong Goku Tenjiku* (1994) Chat Noir
- *Crime Crakers* (1994) Sony Interactive Entertainment
- *ESPN Xtreme Games* (1995) Sony Interactive Entertainment
- *NBA Jam: Tournament Edition* (1996) Acclaim Entertainment, Midway Games, Atari
- *Rayman* (1995) Ubisoft
- *Super Mario 64* (1996) Nintendo
- *Pilotwings 64* (1996) Nintendo
- *Saikyo Habu Shogi* (1996) SETA
- *Age of Empires* (1997) Microsoft
- *Flight Simulator* (1982) Microsoft
- *Final Fantasy VII* (1997) Square Enix
- *Tomb Raider* (1996) Square Enix
- *Gran Turismo* (1998) Sony Interactive Entertainment
- *Silent Hill* (1999) Konami
- *Resident Evil* (1996) Capcom
- *Alone in the Dark* (1994) THQ Nordic
- *Wii Sports* (2006) Nintendo