



**HÉROES
DE PAPEL**

Ediciones Héroes de Papel S.L.
P. I. La Choza. c/ Innovación 14-16
41805 Benacazón (Sevilla)

www.heroesdepapel.es



LA HISTORIA DE NINTENDO, Volumen 1

1889 -1980 De los juegos de cartas a Game & Watch

Florent Gorges

En colaboración con Isao Yamazaki

Primera edición: Marzo de 2015

ISBN: 978-84-942881-3-5

Depósito legal: SE 351-2015

©2015 Ediciones Héroes de Papel S.L.

Portada: Fabien Vautrin

Maquetación: Florent Gorges

Ayuda de fotos y documentación: Fabrice Heilig,

Tanaka "Marufuku", Erik Voskuil

Revisión: Ricardo Martínez Cantudo, Isaac López Redondo

Traducción: Cristina Quintana Déniz



El autor

Florent Gorges

Nacido el 21 de marzo de 1979 en Dijon (Francia), Florent Gorges se va a vivir a Japón con sólo 17 años. La lengua japonesa es una de sus grandes pasiones y, en 2001, es contratado como traductor e intérprete por el gobierno nipón. El mismo año se convierte en el corresponsal permanente de varias revistas especializadas en los videojuegos, otro de sus principales centros de interés, y comienza a investigar sobre la historia de Nintendo (en particular sobre la vida de Gunpei Yokoi). En 2004 regresa a Francia y, a principios de 2006, integra el equipo de la revista japonesa *Nintendo Dream* como corresponsal europeo. En 2007, funda la editorial Pix'n Love con Marc Pétronille y Sébastien Mirc.

Florent en 2007, durante la preparación de la exposición «Nintendo Museum» organizada en Osaka por la revista *Nintendo Dream*.



En colaboración con

Isao Yamazaki

Nacido en Yamanashi el 18 de marzo de 1976, Isao Yamazaki es diseñador web y periodista independiente en Tokio. Especialista del retrogaming y muy vinculado a la historia de Nintendo, Isao colabora como redactor en numerosas revistas (*Ken.guy*, *Famitsu*). En 1999, publica una obra sobre las antiguas consolas de videojuegos que será un gran éxito en Japón. En enero de 2007, se une al equipo de la revista *Nintendo Dream* junto a Florent y, el mismo año, organiza en Osaka, con su propia colección, la exposición «Nintendo Museum», que atraerá a varias decenas de miles de personas. Hoy, su sueño es escribir la biografía de Hiroshi Yamauchi.



Isao ante uno de los edificios de Nintendo. A la izquierda, su libro publicado en 1999 por la editorial Okura.





La Historia De Nintendo

Volumen 1, 1889-1980 De los juegos de cartas a Game & Watch

Esta obra está dedicada a Mizuki, a Munii,
a mi familia francesa, a mis familias de
corazón japonesas, a T. Hashimoto, y a la
memoria de Gunpei Yokoi.

También me gustaría dar las gracias
a Isao Yamazaki, Fabrice Heilig, Erik
Voskuil, Tanaka «Marufuku», al equipo de
Pix'n Love y a sus lectores.

- Florent Gorges-



Índice La Historia De Nintendo Volumen 1



CAPÍTULO 1 La Historia de Nintendo Página 10

En casi 130 años, Nintendo ha pasado de ser una pequeña fábrica artesanal de barrio a convertirse en el líder mundial del entretenimiento interactivo. Sin embargo, esta evolución inesperada y fulminante también contiene su dosis de fracasos estrepitosos y crueles decepciones. Solamente la obstinación de sus dirigentes y la originalidad de sus empleados lograrán, una y otra vez, volver a situar a la compañía en el camino del éxito.

CAPÍTULO 2 Los juegos de cartas Página 48

Además de un gran amante de las anafuda, el fundador de Nintendo es un visionario. Al imponer un nuevo sistema de distribución, único en la época, consigue que su pequeña fábrica se convierta en la marca preferida por los jugadores japoneses. Sus sucesores también lograrán conservar el monopolio proponiendo nuevas variedades pero, sobre todo, gracias a una exitosa colaboración con Walt Disney.



CAPÍTULO 3 Juegos y juguetes Página 82

Nintendo vive su actividad en el sector de los juegos de cartas como una limitación, por lo que decide formar un departamento de investigación y desarrollo cuya misión será crear juegos y juguetes. En este capítulo, descubriremos Ultra Hand, Time Shock, Hip Flip, Tenbillion, Puzles, People House, Rabbit Coaster, Paper Model, Mini Game Series, así como los famosos N&B Block, que serán objeto de polémica...

CAPÍTULO 4 Los juegos de mesa Página 114

En Japón, el Shogi, el Go y el Mahjong son grandes clásicos del juego de mesa. Aunque nunca desaparezcán, a principios de los sesenta entran en escena numerosos juegos nuevos. Nos referimos a los célebres juegos de mesa que utilizan dados, billetes, ruedas o fichas que hay que desplazar por un tablero, como Destiny Game, Daiya Game, la Ruleta, la serie Round Game, Auction Game, Casino Game o Mafia Game.





CAPÍTULO 5 Los juguetes electrónicos Página 142

Para imponerse en el competitivo mercado japonés de los juguetes, Nintendo se ve obligada a innovar desarrollando artículos que utilizan la electrónica. Love Tester, Lefty RX, Kosen Denwa LT, Drive Game, Ele-Conga, Ultra Machine, Computer Mahjong, las pistolas de luz o el Chiritori nos ofrecerán un auténtico viaje a través del tiempo...



CAPÍTULO 6 Otros productos Página 168

Aunque hablar de Nintendo hoy en día signifique hablar del líder mundial de los videojuegos, no podemos olvidarnos de sus asombrosos intentos de desarrollo en otros sectores: bolígrafos, fotocopadoras, sillas de paseo, una máquina para elaborar algodones de azúcar, arroz instantáneo e incluso condimentos para el arroz blanco son los productos desarrollados por un Nintendo que aún estaba buscando su verdadera identidad...



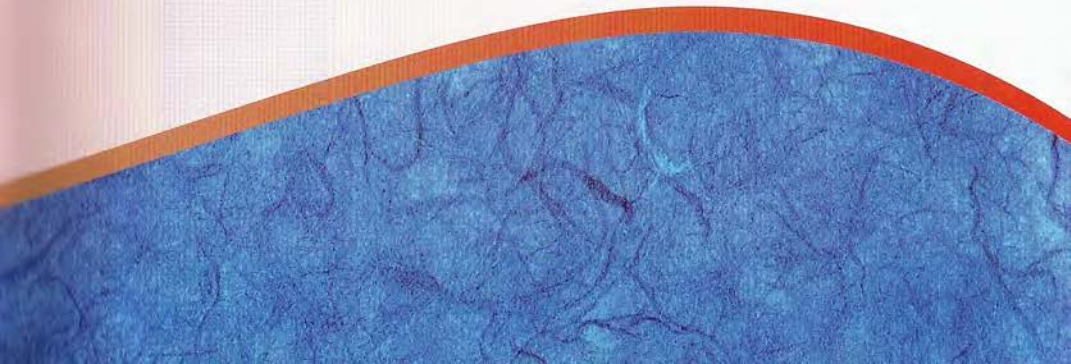
CAPÍTULO 7 Las máquinas arcade Página 180

Donkey Kong y Mario Bros no son los únicos grandes títulos de Nintendo en el universo de las máquinas recreativas. Con el objetivo de innovar e imponerse como uno de los reyes del entretenimiento a gran escala, la empresa propondrá innumerables soluciones vanguardistas: el Laser Clay System, el Simulation System o el EVR System son sólo la punta del iceberg...



CAPÍTULO 8 Las primeras consolas Página 212

Su nombre probablemente no le suene a la gran mayoría pero, antes de lanzar la célebre consola de 8 bits (Famicom/NES), Nintendo comercializa a finales de los años setenta una serie de consolas llamada Color TV Game. Cinco modelos, cada uno con sus particulares encantos, explicados hasta el más mínimo detalle. Y, para concluir, la presentación de los sesenta modelos de Game & Watch.



Dejar la suerte en manos de los dioses

Enhorabuena por comprar este libro. Lo que tienes en las manos es un tesoro, el primer volumen de una obra de amor absoluto hacia Nintendo y hacia los videojuegos. A lo largo de 244 páginas, Florent Gorges ha recopilado 90 años de historia, rindiendo homenaje a la obra y la visión de un hombre, Hiroshi Yamauchi, al que todos le debemos mucho...

Un hombre que marcó para siempre la historia de la industria del entretenimiento electrónico con sus aciertos y, por qué no decirlo, con sus errores. Fue él quien supo ver, antes que nadie en Nintendo, el prodigioso talento de otro visionario llamado Gunpei Yokoi. Primero, en el campo de la fabricación de juguetes, empezando con la mítica Ultra Hand, que con sus más de 1,2 millones de unidades vendidas marcó el rumbo a seguir por Nintendo en las décadas posteriores. Y, más tarde, a la hora de dar el salto a los salones recreativos y las primeras consolas domésticas, donde Yokoi, bajo el paraguas de Yamauchi, acabaría brindando inventos tan geniales y decisivos como el D-pad, nacido al calor de los no menos revolucionarios Game & Watch.

Yamauchi-san jamás gozó de la popularidad y el reconocimiento por parte del público occidental del que disfrutaron algunos de sus empleados, como el mencionado Yokoi y cierto muchacho soñador (hijo de un amigo de la familia Yamauchi, por cierto) llamado Shigeru Miyamoto. Pero fue este hombre, nacido a finales de 1927, quien reinventó el negocio familiar de naipes, una y otra vez, hasta transformarlo en el gigante que conocemos hoy en día.

Nintendo se fundó en 1889 a manos del bisabuelo de Hiroshi, Fusajiro Yamauchi. Decidió bautizar la compañía con el nombre de Nintendo.


«Nin-ten-Do», tres kanjis extraídos de su máxima preferida:

«Los próximos minutos de tu vida son oscuros, inciertos. Como hombre, todo lo que debes hacer es dedicarte plenamente al momento presente, a tu trabajo, y dejar tu suerte en manos de los dioses.»

El éxito de Nintendo no dependió de la suerte ni de los dioses, sino del esfuerzo, del trabajo, de la capacidad de Hiroshi Yamauchi para fabricar mejores naipes que sus competidores, de ver el potencial que ofrecían la licencia Disney para cautivar al público infantil y los avances de la tecnología para desarrollar juguetes increíbles como Ele-Conga (pag. 146) o las pistolas y rifles de la serie Kōsenjū (pag. 157). Siempre a precios competitivos, una política a la que Nintendo se ha mantenido fiel hasta el día de hoy.

Yamauchi jamás se acomodó, siempre miró hacia adelante, probando fortuna en campos tan dispares como el arroz instantáneo o los Love Hotel (con sus habitaciones que se alquilaban por horas), las sillas para bebés, los equipos para oficinas e incluso el mobiliario modular. A principios de los años 70 Nintendo ya daba sus primeros pasos en los salones recreativos, y con la llegada de la década de los ochenta nos brindaría placas míticas como Donkey Kong o Mario Bros. Para entonces, la marca Nintendo ya estaba presente bajo los televisores japoneses gracias a la popular Color TV-Game y sus sucesoras, allanando el camino hacia la llegada de la todopoderosa Famicom (la NES nipona), aunque esa es otra historia, que preferimos reservar para futuras entregas. Fue un hombre genial, pero también polémico. Controló Nintendo con mano de hierro, recurriendo a políticas comerciales que asfixiaron a sus competidores. Curiosamente, una de sus decisiones más controvertidas acabaría provocando el nacimiento del que ha sido el mayor competidor de Nintendo durante los últimos veinte años. Si Yamauchi no hubiera traicionado a Sony en aquel histórico CES de 1991, rompiendo unilateralmente el acuerdo que habían firmado tres años antes, PlayStation habría sido la unidad CD-ROM de Super Nintendo y no la consola que acabaría reinando en la industria durante las décadas siguientes. Esa fue sin duda la mayor





metedura de pata de una larga carrera repleta de éxitos, que se tradujo en una fortuna personal de 7.800 millones de dólares.

Pero me estoy adelantando casi un siglo en el tiempo. Este precioso tomo no trata de eso, trata de la génesis de un imperio, reflejado en 244 páginas rebosantes de color, que devorarás sin darte cuenta. Disfrutarás viendo juguetes que muchos habríamos soñado tener en las estanterías durante nuestra infancia (o incluso hoy en día, ya de adultos), levantarás la ceja ante inventos que jamás habrías creído que llevaran el sello Nintendo y mirarás con nostalgia ese breve pero impactante catálogo de Game & Watch, hoy en día solo al alcance de los ases de eBay y de los multimillonarios.

En los tiempos actuales, donde la información está al alcance de un simple click de ratón, se habla demasiado de la muerte de la letra impresa. Pero es precisamente ahora cuando cobra más sentido la existencia de libros como este, capaces de desgranar, a través de una prosa amena y toneladas de datos, buena parte de nuestro pasado como jugadores. Aquellos que disfrutaron con las primeras Hanafuda de Nintendo hace mucho que dejaron este mundo, pero al hojear las páginas del libro de Florent Gorges podemos sentirnos, durante unas horas, como ellos. Nos convertiremos en ese japonés que logró dar la mano a la chica de sus sueños gracias al Love Tester. Imaginaremos las reglas de los exóticos juegos de mesa nipones que desafían al paso del tiempo en el ecuador del libro. Nos enamoraremos de ese león con cara de buenazo que recibía los disparos del Custom-Lion.

Para los que ya sobrepasamos los cuarenta, que crecimos en una época en la que Internet era apenas un invento de los militares norteamericanos, la posibilidad de atesorar en un mismo volumen tanta información, de descubrir la historia íntegra de Nintendo a través de una cascada de imágenes que hasta ahora solo era accesible a retazos, es difícil de describir. Cuando mis padres me regalaron la Game & Watch de Donkey Kong II, en aquel remoto 1983, ni podía sospechar todo lo que se escondía detrás de la marca que decoraba su tapa. De la revolución que implicaba aquella cruceta direccional, de la alucinante historia que encerraban aquellos circuitos, aquella pantalla de cristal líquido. Y mucho menos podía imaginar que todo aquello había surgido casi cien años antes, en una fábrica de naipes. Espero que disfrutes de la obra de Florent Gorges tanto como yo y que aprecies la gran oportunidad que supone leer algo así, en castellano. Solo me queda rezar para que el éxito de este primer volumen se traduzca en la aparición del segundo tomo (SPOILER: trata exclusivamente de las Game & Watch), y del tercero (Famicom, palabras mayores). Y por supuesto, quería dar las gracias a los amigos de Héroes de Papel. Han hecho posible algo que hace tan solo unos años era impensable: disfrutar en España de libros sobre videojuegos tan apasionantes como este.

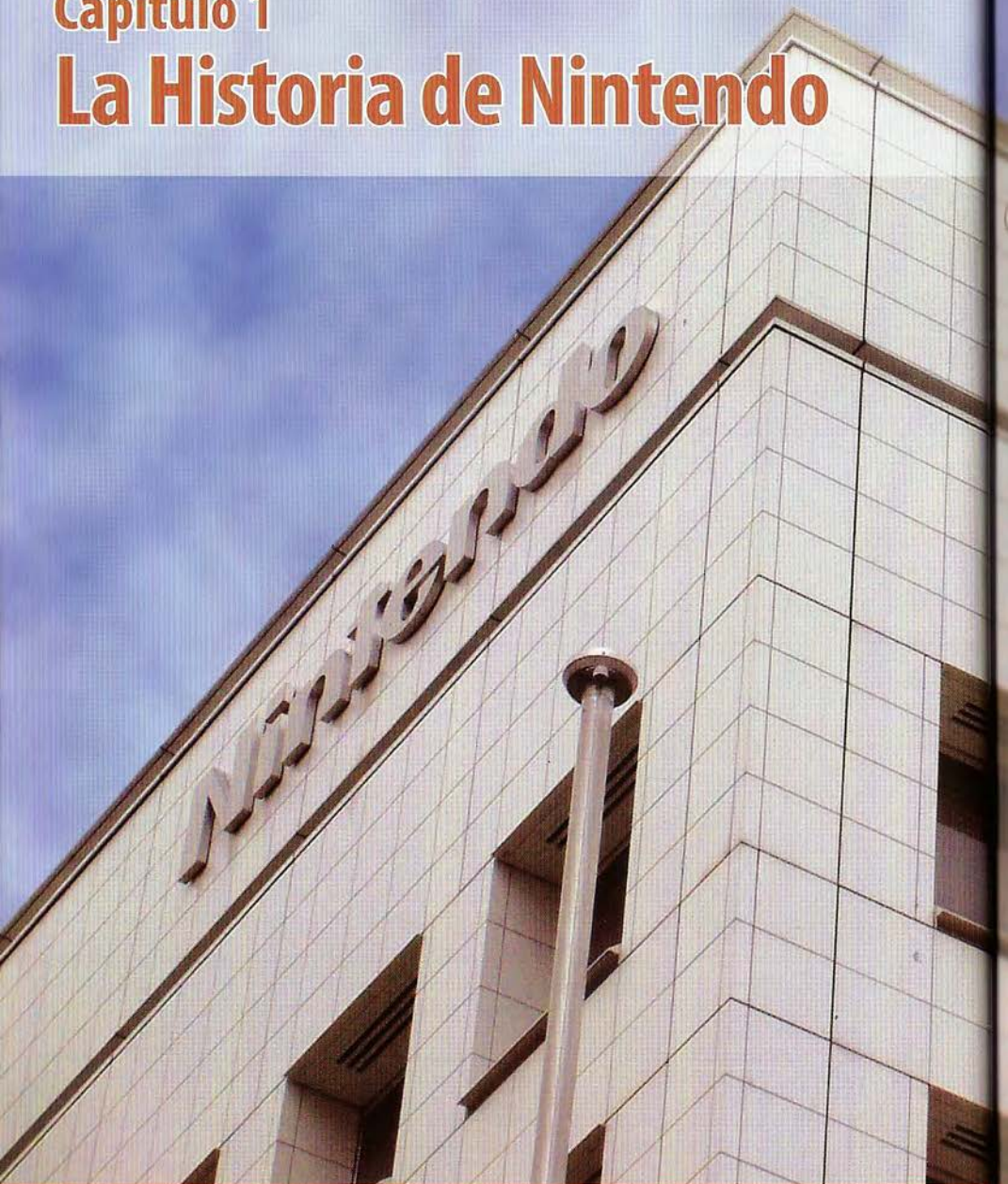
Es hora de pasar de página y trasladarnos a 1889. Un imperio está a punto de nacer. Uno que cambiaría nuestras vidas para siempre.

Bruno Sol
Octubre de 2014

Nota:
Los textos y anécdotas de esta obra se refieren únicamente a la historia japonesa de Nintendo. A los interesados en la historia occidental (y sobre todo estadounidense) de la empresa, les recomendamos encarecidamente la lectura del libro de David Sheff (referencia completa en la bibliografía, pág. 241).

Capítulo 1

La Historia de Nintendo





Cronología

Fechas importantes en la historia de Nintendo

1859: Nacimiento de Fusajiro Yamauchi.

1889: Fusajiro Yamauchi abre en Kioto una fábrica/tienda de cartas Hanafuda llamada Nintendo.

1902 (fecha dudosa, otras fuentes sostienen que sería más bien 1907): Nintendo es la primera fábrica japonesa que produce barajas occidentales.

Años 20: Fusajiro logra establecer un sistema de distribución nacional para sus cartas. Se convierte en el principal fabricante de Japón.

1927: Nacimiento de Hiroshi Yamauchi.

1929: Fusajiro Yamauchi cede su puesto de director a su yerno, Sekiryō Yamauchi.

1933: La tienda Nintendo se transforma en una sociedad colectiva, Yamauchi Nintendo. Junto al antiguo local se construye un nuevo edificio, de piedra y con una estructura metálica.

1942: Durante la guerra, el gobierno restringe las libertades para los juegos de apuestas pero Nintendo continúa su actividad. Se envían juegos a los soldados para sus escasos momentos de ocio. Las empresas locales también deben aportar su contribución a la guerra. Comienzan a fabricarse cartas «patrióticas».

1945: Al final de la guerra, Nintendo atraviesa dificultades, como todas las empresas del país. Crea la sociedad y marca Napoleón con el fin de reunir las barajas occidentales y las Hanafuda de la firma, que tratará de distribuir en el extranjero.

1947: Fundación de Marufuku, una nueva empresa de fabricación y distribución de Hanafuda.

1949: Hiroshi Yamauchi se convierte en el tercer director de Nintendo, con sólo 22 años.

1951: Fusión de Yamauchi Nintendo y Marufuku. A partir de entonces, la sociedad se denominará Nintendo Koppai Kabushiki Gaisha (Nintendo Playing Cards & Co.).

1952: Inicio de las obras de construcción de nuevas instalaciones que permitirán reunir en el mismo lugar el domicilio social y las fábricas, en el barrio de Higashiyama, en Kioto. La empresa se instalará allí en 1954.

1953: Nintendo realiza las primeras cartas de plástico de Japón. Se inicia la venta. Primera acción judicial de la empresa contra un competidor: Oishi Tengudo.

1956: Hiroshi Yamauchi visita en Estados Unidos la US Playing Card Company.

1959: Colaboración con el gigante estadounidense del entretenimiento: Walt Disney. Comercialización de las cartas Disney.

1960: Primer anuncio en televisión de Nintendo, con los modelos Disney Trump.

1962: Nintendo comienza a cotizar en la bolsa de Kioto y en el segundo mercado de la bolsa de Osaka. La empresa monopoliza el mercado de

los juegos de cartas en Japón, con una cuota de mercado del 80%.

1963: Nintendo vuelve a cambiar de nombre y se convierte en Nintendo Co., Ltd. La empresa amplía su actividad a otros sectores como el de los juguetes. También se crea una filial denominada Nippon Game Co., Ltd., cuyo objeto es comprar y distribuir juegos extranjeros. Creación de la empresa San'ō Shokuhin con otros dos socios para la elaboración de productos agroalimentarios (arroz instantáneo, condimentos, fideos, etc.). Se construye una nueva fábrica en la ciudad de Uji.

Años 60: A mediados de los sesenta, Nintendo también pone en marcha actividades dedicadas a la gestión de taxis y «hoteles del amor».

1965 y 1966: Llegada de Gunpei Yokoi y éxito de ventas de la Ultra Hand.

1968: Se venden dos millones de ejemplares de Ultra Machine.



1969: Refuerzo del departamento de desarrollo de juguetes, que comienzan a producirse en la fábrica de Uji.

1970: Nintendo accede al primer mercado de la bolsa de Osaka. Lanzamiento de la serie de pistolas de luz SP.

Años 70: Durante la década de los setenta, Yamauchi vende accesorios relacionados con la pequeña infancia, como una silla de paseo o un balancín.

1971: Comercialización de Copilas, una copiadora electrónica. La empresa también ofrece otros artículos de oficina: estanterías, bolígrafos, etc.

1973: Creación de una filial dedicada a los juegos de arcade: Nintendo Leisure System. Primeras pruebas concluyentes para la simulación del tiro al plato con pistolas de luz, el «Laser Clay Shooting System».

1974: Se recicla la tecnología del Laser Clay en las máquinas recreativas «Simulation System», que utilizan películas de 16 mm (Wild Gunman, Battle Shark).

1975: Junto a la sociedad Mitsubishi Electronic, desarrollo de máquinas recreativas de tipo EVR (Electronic Video Recorder).

1977: Shigeru Miyamoto integra Nintendo. Comercialización de las primeras máquinas de videojuegos para uso doméstico de Nintendo (Color TV Game 6 y 15) en colaboración con Mitsubishi Electronic.

1978: Computer Othello es la primera máquina recreativa de Nintendo que utiliza un microprocesador. Block Kuzushi es la primera consola íntegramente realizada por Nintendo. 1979: Nintendo adquiere el estatus de operador de máquinas recreativas, y también distribuye los juegos de otras empresas.

1980: Nacimiento de la serie de Game & Watch. Se presentan 60 modelos. Inicio de las actividades de Nintendo of America.

1981: Llegada de Donkey Kong a los salones recreativos.

Continuará...



Anuncio de las cartas Nintendo de finales de los años sesenta, descubierto en un callejón de Osaka.



En septiembre de 1978, la revista japonesa **Weekly Post** realiza un reportaje en la sala de exposición de Nintendo y prueba las últimas novedades de la empresa.

La historia de Nintendo en Japón 1889-1980

El contexto de la época

Antes de interesarnos por la génesis de la sociedad **Nintendo**, es imprescindible que ahondemos un poco en el contexto de la época. Sin duda alguna, una breve introducción a la historia de los juegos de cartas en Japón nos aportará referencias sólidas para entender mejor algunas etapas del desarrollo de la firma de Kioto.

Hoy en día, sabemos que los juegos de cartas llegaron a Japón en el momento de sus primeras relaciones con Europa, es decir, con los navíos portugueses a finales del periodo **Muromachi** (1336-1573). Para descansar después de sus duras jornadas de navegación, los marineros portugueses disponían de juegos de papel llamados **Carta** (pronunciado **karuta** en japonés) y, en sus primeros contactos con los japoneses, los occidentales iniciaron a sus anfitriones en ese pasatiempo.

El país del sol naciente de inmediato quedó seducido por esos nuevos juegos traídos de Occidente. A finales del siglo XVI, poco a poco fue creciendo en los círculos aristocráticos nipones la afición a las cartas, y más concretamente a dos variantes locales: **Tensho Karuta** y **Unsun Karuta**.

Sin embargo, los años que siguieron el inicio del periodo Edo (principios del s. XVII) no fueron nada favorables para los occidentales y su cultura, puesto que el gobierno del sogún **Tokugawa**



Llegada de los barcos portugueses a Japón en 1543.

Ieyasu, preocupado por la creciente influencia de los misionarios europeos, decidió cerrar las fronteras del país. Únicamente se mantuvieron algunas relaciones diplomáticas con China, Corea y Holanda. Dicha decisión marcó el inicio de un largo periodo de repliegue casi hermético frente al exterior (de 1603 a 1868) y de represión de la cultura occidental. Los cristianos japoneses fueron exterminados y el gobierno prohibió formalmente practicar cualquier tipo de entretenimiento occidental. Las cartas, por supuesto, también se vieron afectadas por esas nuevas leyes, sobre todo teniendo en cuenta que sus juegos solían utilizarse para apostar dinero, por lo que rápidamente se consideraron un peligro para la sociedad. Pese a ello, los japoneses no tardaron en encontrar una forma de eludir la prohibición, que consistió en modificar algunas reglas y sustituir las ilustraciones. Así nacieron las **Hanafuda**.

Los números de las cartas se eliminaron, pero se sustituyeron ingeniosamente por los doce meses del año, y las cuatro familias se convirtieron en las cuatro estaciones, para crear una baraja de un total de 48 cartas. Al mismo tiempo se desarrollaron otras variantes de **karuta**, como las **Uta-garuta** (cartas para recitar), un reflejo de los espléndidos juegos de antaño que utilizaban conchas pintadas y poemas (**Hyakunin Isshu**, ver pág. 58). También aparecieron las infantiles **Iroha-garuta**, que llevaban proverbios (ver pág. 56).

No obstante, el gobierno no se dejó engañar tan fácilmente y volvió a prohibir la práctica de los modelos que no tuvieran ninguna finalidad educativa o cultural. Pese a ello, los aficionados, muy numerosos, siguieron dedicándose en secreto a su pasión, y lograron que las Hanafuda atravesaran los siglos sin desaparecer...

Hubo que esperar la llegada de los célebres barcos negros del comodoro estadounidense **Perry**



El sogún Tokugawa Ieyasu cerrará las fronteras de Japón en 1650, un aislamiento que durará más de 200 años.

para que, en 1868, comenzara la harto conocida Restauración Meiji. Las fronteras volvieron a abrirse al exterior y se retomaron los contactos con los occidentales.

En 1885, se eliminaron las distintas restricciones que sufrían los juegos de apuestas, así como la fabricación y venta de Hanafuda. Inmediatamente después volvieron a salir a la luz todos los juegos que hasta ese momento funcionaban en la clandestinidad. Sólo en Kioto y Osaka, se instalaron decenas de fabricantes de karuta y se abrieron centenares de salas de juego. Además, los nuevos intercambios con el extranjero permitieron a los japoneses descubrir nuevos pasatiempos, como los juegos de cartas occidentales modernos, al fin y al cabo muy distintos de las cartas importadas tres siglos atrás.

1889, Fusajiro Yamauchi

Durante ese periodo de apertura, un joven de 30 años decide aprovechar la libertad reinante para lanzarse a la aventura. Antes ya se dedicaba a su pasión de forma totalmente ilegal, pero a partir de ahora puede jugar sin temor a la represión del gobierno. Nos encontramos en 1889 y ese chico se llama **Fusajiro Yamauchi**. Artesano de talento y jugador empedernido de Hanafuda nacido el 22 de noviembre de 1859, pasa varios años formándose en la fabricación de juegos por cuenta de otro artesano. Sin embargo, tiene alma de director, ansias de ser independiente y tomar las riendas de su destino. Se considera preparado para montar su propia empresa y encarga la construcción de una pequeña barraca de madera que utilizará como taller y tienda en el barrio de **Ohashi**, en Kioto. El 23 de septiembre de 1889, una tienda llamada **Nintendo** abre sus puertas. Teniendo en cuenta la época, no se trata de una denominación social oficial, sino sencillamente de un nombre colocado

sobre la fachada de la pequeña tienda. De hecho, en uno de los escasos documentos que se conservan sobre las Hanafuda de Kioto en el periodo Meiji, un mapa indica la localización de la tienda con el nombre «Yamauchi Nintendo». No será hasta 1933, momento en el que se refuerza la legislación en materia de sociedades, cuando Nintendo se convertirá en una entidad legal y dejará de ser una simple fábrica de artesanos.

Fusajiro, junto a sus jóvenes empleados, se dedica cada día a confeccionar y vender cartas Hanafuda elaboradas de forma tradicional, es decir, con corteza de *mitsumata* (morera de China). Fabricar Hanafuda es mucho más difícil de lo que parece. Son cartas pequeñas (3,3 cm x 5,4 cm), pero también son bastante gruesas, ya que se elaboran con diferentes capas de arcilla, madera y papel.

En esa época, todavía no existen máquinas que puedan realizar tareas tan complejas, por lo que los ejemplares deben ser fabricados a mano, uno a uno. Las ilustraciones y sus colores, por el contrario, se realizan con planchas de impresión grabadas en madera. Al final del proceso, no todas las cartas presentan la misma calidad (espesor de la corteza, acabado de los colores, etc.). Únicamente se conservan las más bonitas, y las demás se destruyen.

Pese a ser caros, los modelos Nintendo, llamados **Daitoryo** (que significa «presidente»), son sólidos y agradables de utilizar, por lo que cosechan un éxito considerable en la tienda de Fusajiro y en la de un amigo de Osaka. Curiosamente, pese al nombre del producto, en la ilustración de las cartas aparece el emperador francés **Napoleón Bonaparte**. La relación entre el nombre de la baraja y el retrato es bastante difícil de explicar, pero lo más probable sea que en aquella época Fusajiro confundiera al primer presidente de Estados Unidos, **George Washington**, con el emperador francés.



Una calle comercial de Japón durante el periodo Meiji.



El primer local de Nintendo. Fue destruido en 2004 para construir... un aparcamiento.

La Historia de Nintendo

En 1890, es decir, unos meses más tarde, Nintendo añade a su oferta un nuevo juego muy popular: el **Hyakunin Isshu** («una antología de cien poetas», que combina poesía, reflejos y memoria, ver pág. 58).

Sin embargo, los dos modelos de cartas (**Daitoryo** y **Hyakunin Isshu**) comienzan a tener dificultades para venderse pocos meses después de su creación. Debido a los costosos procesos de fabricación, los juegos de Yamauchi son caros para la época, y no resulta difícil encontrar en el mismo Kioto otros fabricantes que ofrecen precios más competitivos. Además, la distribución, que se desarrolla a una escala muy local, pronto supone un freno para las ventas. Hay que reconocer que, una vez que todos los hogares del barrio cuentan con su baraja Daitoryo, ¡muy pocos vuelven a comprar antes de que las cartas estén inutilizables! Por todo ello, el director general asiste a una caída en picado de sus resultados de venta.

Para todos los gustos

Con el fin de sacar a su joven empresa del marasmo económico, Fusajiro Yamauchi se pone a buscar soluciones y se le ocurre estimular las ventas ofreciendo juegos a diferentes precios, para todos los bolsillos. A partir de entonces, las cartas de peor calidad dejarán de tirarse y se reunirán en

nuevas series, las **Tengu** (nombre de un personaje japonés legendario, con una nariz alargada y roja).

A este respecto, es interesante puntualizar que Fusajiro no escogió el nombre de Tengu por casualidad. Durante el interminable periodo de represión de los juegos de apuestas, ese término se convirtió en una especie de contraseña para todos aquellos que querían jugar pese a la prohibición. En japonés, la palabra «nariz» se pronuncia como «flor», es decir, *hana*. Cuando los clientes de los establecimientos que poblaban los barrios de placer de Japón querían saber si contaban con una sala (secreta) donde se pudiera jugar a las Hanafuda y apostar dinero, fingían rascarse la nariz con insistencia. A veces, el dueño del local entendía el código y guiaba al jugador hasta la trastienda, donde otras personas estaban jugando. Por eso, Tengu y su larga nariz roja en cierta forma se convirtieron en el símbolo de los jugadores de cartas de flores de aquella época.

De hecho, muchas pequeñas empresas de Hanafuda optaron por adoptar un nombre inspirado en ese personaje cuando desaparecieron las prohibiciones: **Oishi Tengu** y **Matsui Tengu** son las más conocidas.

¿El significado de Nintendo?

Estas observaciones también nos permiten desviar nuestras palabras hacia una cuestión fundamental cuando se investiga acerca de la firma de Kioto. Hay quienes sostienen que el origen del nombre de Nintendo no se encuentra en el célebre proverbio «dejar la suerte en manos de los dioses».

Aunque todo el mundo está de acuerdo en que el DO de Nintendo significa «santuario/lugar de acogida» y en que las empresas suelen utilizarlo para otorgarse cierto prestigio, el verdadero signi-



Interior de la segunda sede de Nintendo con un retrato de Napoleón, retomado en las cajas de los juegos Daitoryo.



Tengu se ha convertido, entre otras cosas, en el símbolo de los jugadores de Hanafuda.

ficado de las otras dos sílabas es mucho más complejo de definir. Por una parte, el sinograma utilizado para el TEN de ninTENDu es exactamente el mismo que el de la palabra TENGu. Además, y siempre pensando en las posibles interpretaciones, la sílaba NIN (que significa «dejar hacer algo a alguien») podría haberse asociado con demasiada rapidez a la noción de «dioses/cielos» presente en TEN, una idea que también queda de maravilla en la palabra TENGu.

Con estos tres elementos en nuestras manos, resulta fácil volver a formar el rompecabezas y proponer una nueva interpretación de los tres *kanji* de la firma. El resultado es especialmente instructivo. En realidad, ¿Nintendo podría significar «el templo del Hanafuda libre», o incluso «la empresa que tiene permitido hacer (o vender) Hanafuda»!

Teniendo en cuenta el contexto histórico de la palabra Tengu (sinónimo de Hanafuda) y los aires de libertad que soplaban para los jugadores en la época en que la futura multinacional comenzaba su andadura, ¿esos nombres no son para nada descabellados!

Y cuando el propio bisnieto del fundador (el carismático Hiroshi Yamauchi) reconoce que no sabe cuál es el verdadero origen de la palabra Nintendo, además de añadir que «dejar la suerte en manos de los dioses» es una «explicación admisible», podemos plantearnos seriamente que el sentido del logotipo no tiene por qué ser el que todo el mundo cree hoy en día.

Por desgracia, no existe ningún archivo que permita confirmar o desmentir estas hipótesis. Nunca sabremos cuáles fueron las verdaderas intenciones del fundador. Pese a ello, incluso si la compañía parece haber adoptado oficialmente el primer proverbio en sus historias oficiales, no resulta difícil pensar que la actual dirección se ha limitado a optar por la solución más fácil, puesto que es más sencillo traducir rápidamente los sinogramas y quedarse en el primer nivel de significado que

verse obligado a presentar el contexto histórico y explicar los juegos de palabras empleados...

A la conquista de Kioto

Volvamos al tema que nos ocupa. Para impulsar la actividad de Nintendo, Fusajiro Yamauchi no se limita a ampliar su catálogo de precios. Su intención es llegar mucho más lejos. Como buen hombre de negocios, trata de encontrar un recurso definitivo que cambie el rumbo de su empresa y le permita triunfar.

Se da cuenta de que, en los barrios más animados de Osaka y Kioto, se está instaurando con rapidez una moda por los lugares donde se apuesta dinero. Entre las diferentes posibilidades a su alcance, decide que esas «salas de juego» son lo que mejor se adapta a su actividad.

Por otra parte, en algunos de esos espacios llenos de humo, las sumas que se colocan sobre la mesa a veces son tan altas que los jugadores se niegan categóricamente a utilizar dos veces la misma baraja. Por supuesto, se trata de una forma de evitar que algún tramposo pueda hacer de las suyas.

El joven Fusajiro vislumbra una oportunidad de oro y no tarda en proponer sus Daitoryo a las distintas salas que abundan en la ciudad. Los resultados no se hacen esperar y los ingresos de la empresa crecen rápidamente gracias a los contratos firmados.

En total, cerca de setenta salas de juego realizan pedidos al director Yamauchi. El número de partidas de Hanafuda jugadas cada día era muy alto, por lo que hoy en día se cree que, en una sola noche, y en cada sala, se utilizaban como mínimo cincuenta barajas.

Para hacer frente a la creciente demanda, Fusajiro tendrá incluso que adquirir nuevas planchas de impresión y contratar más mano de obra. Nintendo prospera en su campo y se convierte en el líder del mercado en Kioto.



Placa de hierro fundido con los tres sinogramas del antiguo logotipo de Nintendo en una pared de la empresa.



Un «barrio de placer» de Osaka, donde se practicaban juegos de apuestas.

La Era Meiji, éxito de las Trumps

Recordemos que, en 1868, Japón sale de un largo periodo de aislamiento diplomático y cultural. El famoso **Periodo Meiji** sucede al **Periodo Edo**.

De hecho, algunos historiadores suelen referirse a esa época llamándola «restauración Meiji» ya que, durante ese periodo, la vida y las costumbres de Japón evolucionaron considerablemente. Conscientes del retraso económico, militar, político, técnico y tecnológico acumulado con respecto a los occidentales debido a casi tres siglos de autarquía, los japoneses sólo tienen una idea en la cabeza: alcanzar y superar a esos «invasores» del oeste.

Por eso, la época será testigo de innumerables cambios, a veces radicales, en todos los ámbitos, incluido el de las actividades de ocio. Los productos procedentes de Estados Unidos y Europa son importados, analizados, practicados, entendidos, copiados y muchas veces mejorados.

Como hemos señalado, en 1885 desaparecen las antiguas prohibiciones y los japoneses redescubren las cartas occidentales, que en un principio se importan de Francia. En el barrio de Ginza, en Tokio, muy pronto abrirá una tienda donde también podrán encontrarse diferentes modelos llegados de Inglaterra o Estados Unidos.

Primero, esos juegos se llaman *Seiyo Karuta* (cartas occidentales), aunque rápidamente son rebautizadas con el nombre de **Trump** (*torampu*, según la pronunciación japonesa). Las razones de ese cambio posiblemente se encuentren en los contactos mantenidos por los diplomáticos japoneses y los visitantes extranjeros en el célebre **Rokumeikan** de Tokio. En ese edificio, símbolo de las ansias de occidentalización del Japón de la época, los occidentales instalados en el país se dedican a enseñar a sus anfitriones las distintas facetas de su cultura. De hecho, el inmueble contaba con una gran sala dedicada al juego donde los japoneses enseñaban el Shogi (el ajedrez japonés), el Go o el Mahjong, y a su vez descubrían el billar o incluso el críquet. También se organizaban

partidas de cartas y, aunque el término genérico utilizado por todos los anglosajones para referirse a ellas era *playing cards*, los japoneses presentes que aún no hablaban inglés sólo lograban retener la palabra *trump* (trunfo), usada con frecuencia en voz alta durante las partidas. Finalmente, ése será el vocablo adoptado, y el que se difundirá entre la población japonesa.

El uso «oficial» del término trump será confirmado por la primera obra enteramente dedicada a las reglas de los juegos de cartas, publicada en diciembre de 1886. El título de ese libro escrito por **Suishi Sakuragi** es *Tratado para la utilización de los juegos de cartas occidentales* (*Seiyo Yugi Karuta Shiyoho*), y su primer capítulo, «**Las características de las trumps**» (*Torampu no seishitsu*) preconiza el uso de ese término, junto a otros neologismos de la época:

«Las trumps son una herramienta lúdica occidental parecida a nuestras *karuta* japonesas. Por lo tanto, podríamos seguir llamándolas «*karuta* occidentales» como ya hacen muchos de nuestros conciudadanos, pero nos arriesgaríamos a crear una confusión entre ambos juegos. Sería conveniente conservar el término original, que es *Trump*. Asimismo, pienso que deberíamos conservar los nombres originales de los nuevos objetos que entran en nuestro país para distinguirlos mejor. Por eso, sería mejor decir *chapeau* (NDT: en francés en el texto) en lugar de «*seiyo boshi*» (tocado occidental) y *lamp* en lugar de «*tokel*» (luz).»

El primer auténtico *boom* de las cartas occidentales, por lo tanto, tiene lugar en esa época, alrededor del año 1886, durante ese periodo de occidentalización extrema. Una verdadera locura se adueña de la burguesía del país, fuera de los límites de Tokio. Hasta tal punto que, el 9 de enero de 1888, el diario *Tozainichi nichu shinbun* publica un artículo titulado «Las últimas modas de Osaka» donde constata un hecho revelador:

«En los últimos tiempos, en la ciudad de Osaka, las Hanafuda y otros juegos de cartas



El célebre edificio del Rokumeikan.



El periodo Meiji es el escenario de numerosos cambios en Japón. El país se inspira en el modelo occidental.

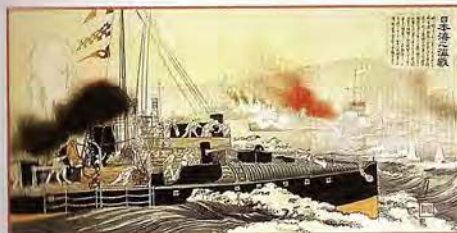
occidentales son muy populares. Empezamos a ver una gran cantidad de tiendas donde se venden cartas importadas, en detrimento de los juegos de dados, que ya no parecen interesar a nadie».

Ese artículo data del año anterior al nacimiento de Nintendo, y no cabe duda de que Fusajiro Yamauchi también se dio cuenta del entusiasmo que despertaban esos juegos. Tanto en Kioto como en Osaka, distintos lugares de socialización que desean estar a la última se transforman en «clubes a la inglesa» donde se practican juegos como las cartas o los dardos.

Sin embargo, aunque las trumps importadas se desarrollan y realmente cosechan un éxito considerable entre la aristocracia y las clases acomodadas, tardan más en seducir al resto de la población. Así es, Fusajiro constata que los pocos naipes importados por barco que pueden encontrarse se venden a precios muy superiores al presupuesto que podría dedicarle un japonés medio de la época. Ahí es donde encuentra su gran idea: reducir los costes de esas cartas occidentales fabricándolas él mismo!

Pese a que hoy en día Nintendo afirma oficialmente que la primera baraja occidental de la empresa se realizó en 1902, esa fecha no parece ser exacta, puesto que varios documentos y rumores interesantes la contradicen y sitúan el nacimiento cinco años después. La más seductora y probable de todas las fechas se relaciona directamente con la guerra que estalla entre Rusia y Japón a principios de siglo (1904).

Durante el conflicto, hubo muchos prisioneros rusos cautivos en diferentes cárceles de Kioto, y especialmente cerca del templo **Tofukuji**, a sólo unas calles de las instalaciones de Nintendo. Varios especialistas sostienen que algunos guardias y carceleros hicieron gala de compasión y preguntaron a los prisioneros lo que les gustaría tener para pasar el tiempo en sus celdas. Aunque dejarlos en libertad era imposible, los guardias pudieron responder favorablemente a otra de



Ya en 1904, Japón se afirma como una gran potencia militar durante la guerra ruso-japonesa.

sus peticiones: ¡conseguirles cartas para jugar! Según esta versión de los hechos, se pusieron en contacto con Fusajiro, quien aceptó fabricar algunos ejemplares para los soldados prisioneros en 1905, basándose en juegos importados. La idea de adquirir una máquina procedente de Estados Unidos y fabricar barajas a gran escala parece haberse ocurrido tras ese episodio.

Según los mismos documentos, la comercialización de esos modelos se habría iniciado, por lo tanto, en 1907. Sin embargo, una vez más, esta hipótesis es imposible de confirmar en la actualidad. Pese a la historia oficial que la empresa de Kioto desea presentar al público, parece que ella tampoco puede afirmar categóricamente el año en que se lanzaron las trumps, puesto que hasta finales de los años noventa, los representantes de la compañía anunciaban que los primeros juegos de cartas Nintendo databan de 1907, y después cambiaron repentinamente de discurso sin proporcionar ninguna justificación sobre esa nueva fecha, 1902.

Una idea caída del cielo...

En cualquier caso, si el curso de la historia realmente desempeñó un papel importante en la vida de Nintendo, parece que el destino llamó a la puerta de Fusajiro Yamauchi durante esos años, pues fue en los primeros años del s. XX cuando el director general llegó a la conclusión de que las cartas occidentales eran lo suficientemente lúdicas como para generalizarse entre la población japonesa.

Entonces, decide importar de Estados Unidos una máquina para imprimir las cartas, y elabora sus primeros modelos. Si las Hanafuda son costosas y su fabricación requiere un tiempo considerable, producir naipes occidentales resulta mucho más interesante. ¡Las cartas se imprimen rápidamente en varias capas de papel y se venden a un precio



Un cartel de la primera mitad del s. XX que presenta las colecciones y medallas de Nintendo.

mucho más asequible que el de los modelos importados!

En cada juego, Nintendo tiene el detalle de incluir una hoja impresa en japonés donde se explican las reglas de los juegos más elementales, como el póquer. Finalmente, las *torampu* poco a poco van haciéndose un lugar en la región de Kansai (donde se encuentran, entre otras ciudades, Osaka y Kioto). Los excelentes resultados llegan además en el momento más oportuno, puesto que el conflicto bélico que ha estallado unos meses antes entre japoneses y rusos va a cambiar radicalmente el destino de numerosas empresas dedicadas al ocio. Así es, el gobierno sigue los pasos del Reino Unido y, para que las empresas apoyen al país durante la guerra, aprueba una ley que obliga a los fabricantes a pagar un impuesto por todos los tipos de juegos de cartas existentes: la célebre tasa **Karuta Zei**.

Para una gran cantidad de pequeñas empresas artesanales, esa ley supondrá el final de los días felices. Los documentos de la época muestran que, en el caso de algunos modelos, los precios a veces llegaron a duplicarse tras la aplicación de la tasa. A pesar de la importante reticencia de los comités sindicales creados especialmente para la ocasión, no hay nada que hacer. Se ha evaluado que, solamente en la región de Kansai, 5.000 artesanos pierden su empleo debido a las decisiones del gobierno. Sólo las empresas más conocidas y mejor implantadas logran seguir vendiendo juegos pese al aumento de los precios.

En Kioto, sólo un puñado de empresas conseguirá sobrevivir. De hecho, Fusajiro se salva gracias a los naipes occidentales, ya que es el primero y el único que produce ese tipo de cartas en su país y, por lo tanto, durante un tiempo disfrutará del monopolio de un artículo que, pese a la importante inflación, es cada vez más popular.



El timbre fiscal en una baraja de Nintendo tras la ley del impuesto sobre los juegos de cartas.

Nueva política de distribución

Nintendo se mantiene en pie y no sufre la misma suerte que la mayoría de sus competidores, pero eso no quiere decir que la empresa no deba a enfrentarse a nuevos obstáculos. Pese a que las cartas occidentales en un principio le permiten sobrevivir al riguroso periodo de guerra, el peligro no ha desaparecido. ¡Hay que producir y vender más! Sin embargo, las reglas de los juegos, las figuras y los símbolos son demasiado oscuros para los profanos, y las barajas occidentales de Fusajiro en realidad tienen dificultades para hacerse un hueco en los hogares de la clase media. Además, los juegos se distribuyen a escala local (en Osaka y Kioto) y otros fabricantes competidores comienzan a sacarse el mismo as de la manga... Fusajiro debe actuar con rapidez y encontrar una solución.

No hay que olvidar que, en esa época, la «industria» de las Hanafuda y, en general, de las karuta, sigue considerándose una actividad de artesanos. Desde siempre, los fabricantes venden únicamente en sus propias tiendas (o en las de sus amigos) o talleres. Sin embargo, el joven empresario sabe que existe una forma más interesante de jugar sus cartas: ¿por qué no encontrar un medio para distribuir sus productos en todo el país?

Aunque la idea hoy nos parezca evidente, ¡no lo era en el Japón de principios del s. XX! En esos años, los únicos ámbitos que disfrutaban de una red de distribución en todo el país son los medicamentos y el tabaco. Por fortuna, el tamaño de las cajas de los juegos de cartas (trumps y Hanafuda) es muy similar al de los paquetes de cigarrillos de la época. Fusajiro, hombre de su tiempo, considera además que el juego y el tabaco forman una excelente combinación. Con su concepto de «cartas y cigarrillos», logra convencer al presidente de la distribuidora **Nihon Senbai** (hoy en día **Japan**



Cadeneta publicitaria que a veces podía verse en los escaparates de las tiendas que distribuían los juegos de Nintendo.

Tobacco). A partir de entonces, junto a los puros y cigarrillos importados, muy de moda en la época, podrán adquirirse las barajas de Nintendo, ideales para relajarse entre amigos durante una noche de degustación.

La estrategia resulta ser un gran acierto. La fábrica Yamauchi fortalece su reputación y los negocios van de maravilla. La competencia tiene dificultades para seguir su ritmo y Fusajiro no tarda en vanagloriarse de dirigir la principal compañía de juegos de cartas del país. Gracias a esa idea luminosa, las Hanafuda y las demás cartas, normalmente reservadas a las salas de juego, entran definitivamente en todos los hogares de Japón.

Como curiosidad, podemos comentar que algunos especialistas de la historia de los juguetes en Japón están convencidos de que, en uno de los pasajes de la novela *Anya Koro* (de **Naoya Shiga**, considerado uno de los más ilustres escritores de la época), donde una familia humilde descubre las Hanafuda y se dedica a jugar, se utiliza una baraja Daitoryo de Nintendo.

Sekiryō Yamauchi

A finales de los años veinte, el desarrollo de la empresa sigue su curso pero Fusajiro, que va envejeciendo, no tiene a quien confiarle su sucesión. Como no ha tenido hijos varones, decide concertar un matrimonio entre su hija **Tei** y uno de sus brillantes empleados, **Sekiryō Kaneda**.

En 1929, Sekiryō Kaneda, que gracias a la simbólica unión ahora es Sekiryō Yamauchi, se convierte en el segundo director general de Nintendo. Además de las **trumps** y las **Hanafuda**, Sekiryō decide desarrollar una sección **karuta**, término que a partir de entonces hace referencia a todos los juegos de cartas destinados esencialmente a los niños y con fines educativos.



Placa de hierro fundido de los años 30 con el logotipo «Yamauchi Nintendo», escrito de derecha a izquierda.

En 1933, Sekiryō también impone nuevos métodos de trabajo, además de convertir a Nintendo en una auténtica sociedad colectiva, registrada con el nombre de **Yamauchi Nintendo**.

Decide comprar el amplio terreno situado junto a las instalaciones de la empresa, que se han quedado pequeñas, y construir el célebre inmueble que décadas después llegará a ser un verdadero lugar de peregrinaje. El edificio de Nintendo presenta, además de un gran valor sentimental para los amantes de la firma, un valor histórico y arquitectónico indiscutible: ¡es una de las pocas construcciones de la época edificada con una estructura metálica y paredes de piedra! La gran casona de tres plantas, que en la actualidad solamente se utiliza como almacén para algunos archivos, se encuentra recubierta de mármol en la planta baja, además de albergar las cenizas de Sekiryō desde su fallecimiento.

Con un rigor y un amor por el trabajo bien hecho que todos admiran, Sekiryō elabora unas cartas realmente bonitas. Las numerosas asociaciones de Hanafuda existentes en el país utilizan oficialmente sus cartas durante los torneos. Nintendo incluso gana múltiples medallas al mérito por la calidad de su trabajo artesanal, unas recompensas que se expondrán con orgullo en diferentes cajas de cartón ilustradas.



En 1933 se construye, justo al lado de la antigua sede, un local de ladrillos de varias plantas.

La Historia de Nintendo

Sekiryō y Tei tampoco llegan a tener ningún hijo varón que pueda heredar la empresa tras su muerte, por lo que Sekiryō también casará a una de sus hijas con un empleado para preparar su sucesión en Nintendo.

El marido elegido por Sekiryō para su hija **Kimi** será un joven, hijo de artista, llamado **Shikanojo Inaba**. Una vez celebrada la unión, al igual que ocurrió con Sekiryō, el apellido del joven Inaba pasará a ser Yamauchi. El joven, que en realidad no ha pedido nada, está llamado a convertirse en el director general de Nintendo tras la muerte de su suegro. Del matrimonio de Shikanojo y Kimi por fin nacerá un niño, el 7 de noviembre de 1927: Hiroshi.

El incidente Shikanojo Yamauchi

Nintendo atraviesa un buen momento. Los negocios van viento en popa y el nacimiento de un niño garantiza la continuidad de las actividades de la empresa. Con el futuro de la sociedad asegurado, Sekiryō se centra de lleno en la modernización, tanto administrativa como inmobiliaria. No obstante, cuando parece que las cosas no pueden ir mejor, una desgracia familiar se abate sobre la compañía. El padre de Hiroshi, Shikanojo Yamauchi, de repente decide abandonar la empresa, su futuro y su carrera y desaparecer, dejando atrás a su mujer y a su hijo.

La familia, sobrecogida, hace creer al niño (que sólo tiene tres años) que su padre ha sido enviado por el gobierno a una ciudad de Manchuria en China (los años treinta son los años colonialistas del Imperio japonés). Kimi, que no espera que su marido regrese, pues no se llevaban bien, aprovecha la ocasión para iniciar un procedimiento de divorcio rápidamente aceptado.

Las demás hijas ya se han casado, por lo que Sekiryō deberá esperar hasta que el pequeño Hiroshi crezca y esté dispuesto a tomar el relevo.

El niño vive con sus abuelos, mientras que Kimi se instala en casa de su hermana. Shikanojo, considerado la vergüenza de la familia, no volverá a aparecer en escena hasta 24 años después (1974) cuando, avejentado, expresa el deseo (a través de su exmujer) de volver a ver a su hijo. Hiroshi siente un profundo odio por su padre, y se niega categóricamente a recibirlo.

Aun así, Shikanojo no se da por vencido y le envía cartas a su hijo. En su tercera misiva, le cuenta que ese anciano en el que se ha convertido padece una enfermedad cardíaca, y que no le queda mucho tiempo. Su última voluntad es hablar con él, por lo que le implora que acepte su petición. Hiroshi, prisionero del chantaje emocional de su padre, finalmente decide cumplir su deseo. Tras cuarenta años de distancia y abandono, ambos hombres se ven en la habitación de un albergue tradicional del barrio de Shimogyō. La salud de Shikanojo, ya muy deteriorada por la enfermedad, le obliga a recibir a su hijo desde su futón.

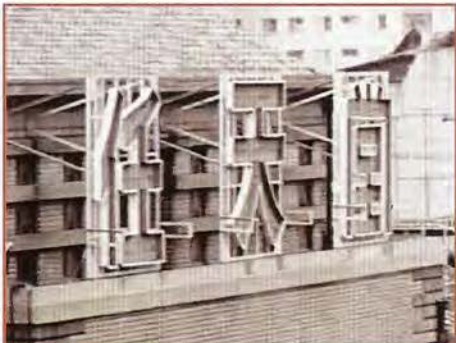
El encuentro es largo pero el diálogo terriblemente pobre, si creemos el testimonio del principal interesado. Padre e hijo se observan sin intercambiar una sola palabra. Tres días después, el corazón agotado de Shikanojo deja de latir, a la edad de 70 años. Al enterarse de su fallecimiento, Hiroshi acepta asistir a las ceremonias funerarias y a su incineración. A partir de entonces, visiblemente reconciliado con su padre, visitará con regularidad su sepultura.

El joven Hiroshi Yamauchi

De naturaleza arrogante y contradictoria, el joven Hiroshi se convierte en una persona especialmente autoritaria durante la adolescencia. La ausencia inexplicada de su padre y la inocente bondad de su abuela terminan de forjar su carácter: habilidoso,



El local de la calle Ohashi, vista trasera.



Tres grandes paneles montados con los ideogramas de la firma en una de las fachadas del edificio.

desconfiado, inflexible y astuto, tiene el perfil ideal para convertirse en un gran director.

«Me crió mi abuela y, como era el único heredero de la familia, me dejaba hacer lo que quisiera, nunca me llevaba la contraria. Vivía con una libertad total», reconocerá un día el propio Hiroshi.

Cuando estalla la Segunda Guerra Mundial, el niño solamente tiene 12 años, por lo que todavía es demasiado joven para ser llamado a filas. Por supuesto, la actividad desciende en las fábricas de Nintendo. El ambiente durante ese periodo no está para jugar a las cartas, pero el gobierno, dentro de su programa de propaganda «por un gran Japón», realiza varios pedidos para entregar en las escuelas juegos de cartas poéticos (Hyakunin Isshu).

Sin embargo, para la ocasión, las barajas no se elaborarán con los cien poemas habituales, sino con obras «patrióticas» encontradas aquí y allá en las mejores composiciones clásicas de la literatura japonesa. Esos pedidos de juegos nacionalistas permitirán a Sekiryō mantener la compañía a flote durante el conflicto bélico.

La influencia del anciano es tan importante que, gracias a ella, Hiroshi no es reclutado para partir al frente en 1944 (a la edad de 17 años). En su lugar, el joven realizará trabajos de interés general, para lo que integrará las fábricas del ejército.



Hiroshi Yamauchi con 6 años. Empieza la escuela primaria en 1933.

Entretanto, Japón se rinde frente a la fuerza militar de Estados Unidos y pierde la guerra. Como todas las empresas del país, Nintendo se encuentra en una situación lamentable y debe encontrar soluciones rápidamente si desea salir adelante. Una vez más, la demanda de juegos está muy lejos de ser una prioridad en esos tiempos de gran miseria, por lo que a Sekiryō se le ocurre vender sus cartas en los países «vencedores», que considera menos afectados por las diferentes crisis.

Para ello, funda una nueva sociedad, llamada **Napoleón**, encargada de comerciar en el extranjero a través de varios distribuidores. Obviamente, los países occidentales o del sudeste asiático también tienen otros problemas que resolver antes pensar en el ocio. La filial Napoleón será un fracaso.

Sus años de estudiante

1945. Pese a la terrible derrota sufrida por el ejército japonés, Hiroshi brilla por su inteligencia y, al final de la guerra, accede a la célebre universidad **Waseda** (una de las mejores universidades de Japón), donde se matricula en la facultad de Derecho. Ese mismo año, en un momento en el que, al igual que las demás empresas del país, la salud financiera de Nintendo no pasa por su mejor momento, Sekiryō consigue convencer a su nieto de que contraiga matrimonio con la hija de un acaudalado antiguo guerrero muy influyente en la región de Shikoku: **Michiko Inaba** (pese a tener el mismo apellido, no existe ningún vínculo de parentesco entre la joven y el padre de Hiroshi).

Sobre la marcha, se organiza la boda concertada. El joven esposo acaba de cumplir 18 años. La situación económica de Nintendo mejora y la empresa incluso logra convertirse en el proveedor «oficial» de cartas de los numerosos soldados estadounidenses destinados en Japón.



Puerta de entrada de la casa de los Yamauchi, en Kioto.

Director general a los 22 años

Cuando Hiroshi empieza la universidad, Sekiryō compra a la joven pareja una casita en el barrio de Shoto, en Shibuya. En esa época, el distinguido distrito de la ruinoso capital nipona es parcialmente requisicionado para albergar las residencias de un gran número de oficiales del ejército de ocupación estadounidense.

No es necesario puntualizar que para el japonés medio de la posguerra, normalmente pobre y sin recursos, vivir en un barrio como el de Shoto constituye un sueño imposible, pero no para Hiroshi Yamauchi, que no conoce las privaciones.

Como gran hedonista, no le importa lo más mínimo la miseria que sigue siendo claramente palpable en el Japón de la posguerra. Acude con frecuencia a las salas de billar, se alimenta de bistecs en los restaurantes occidentales del barrio y saborea las distintas bebidas que importan los militares desde todos los rincones del mundo, como el vino, el whisky o el brandy.

Lleva un tren de vida tan alto que sus vecinos y los comerciantes de la zona llegarán a sospechar que el estudiante gana dinero en el mercado negro. Hiroshi no piensa en sus estudios, como demuestran sus palabras:

«Elegí una universidad de Tokio sólo porque soñaba con ser libre, tener independencia y marcharme de Kioto. Quería disfrutar de la vida y divertirme en la capital.»

Durante esa época, Yamauchi Nintendo retoma su actividad aún con más fuerza. En 1947, con el fin de producir y distribuir con mayor eficacia sus Hanafuda pero sobre todo sus cartas occidentales (utilizadas principalmente para jugar al póquer), Sekiryō decide crear una nueva sociedad anónima que le permita ampliar la dominación del grupo Nintendo: **Marufuku**. A continuación, reorganiza el material de montaje para optimizar la producción, y los empleados comienzan a trabajar en cadena.

Sin embargo, a finales de 1948, cuando Hiroshi todavía no ha terminado la carrera, Sekiryō enferma de gravedad. Tiene 66 años y su mal estado de salud lo obliga a guardar cama. Nadie más puede dirigir Nintendo, y el anciano confía en que su nieto tome el relevo. Hiroshi no habrá podido darse la gran vida durante mucho tiempo, pues la enfermedad de su abuelo para él significa un billete de vuelta a la antigua capital, Kioto.

Por lo tanto, el joven abandona las aulas de la universidad a medio camino y debe asumir las riendas de Nintendo. La perspectiva de trabajar en Kioto no le apasiona:

«Lo único que hacía mi abuelo era trabajar. Era tan adicto al trabajo que antes de morir ya había preparado el mío. Mentiría si dijera que no tuve dudas antes de aceptar el control de Nintendo. En realidad, no tenía ningunas ganas de sucederle. Era joven y mis sentimientos eran contradictorios, pero tenía ante mis ojos a la empresa familiar sin jefe y a todos los empleados, que esperaban saber qué iba a ser de ellos. No había nadie más para tomar el relevo, así que en realidad no tenía elección.»



Dos niños van a trabajar en el Japón de la posguerra, uno de ellos herido.



El logotipo de Marufuku.

Es nombrado oficialmente director en el mes de marzo de 1949. Sekiryō fallecerá durante el verano de 1951.

Desde el principio, el joven sucesor marca su diferencia. Mientras que Sekiryō es alguien modesto y atento, su nieto es un joven arrogante y seguro de sí mismo. Por otra parte, si su abuelo era conocido por su perseverancia sin límites, Hiroshi es una persona despreocupada. Para él, la vida es como un juego y tomarse en serio es, simplemente, una pérdida de tiempo.

Al final, la libertad de la que disfrutó durante toda su juventud acabará siendo positiva para su carrera. A contracorriente de otras muchas empresas japonesas de la época, no le parece útil imponer a sus trabajadores un reglamento del «buen empleado». Así es, si el mundo económico ha conocido el **Toyotismo**, Yamauchi está orgulloso de encarnar lo que él mismo llamará posteriormente el **Nintendoísmo**.

«Nintendo no sigue la línea de la mayoría de las sociedades japonesas y no tiene ni himno de empresa, ni reglamento específico. ¿Por qué? Simplemente porque las normas suponen un freno a la creatividad y la gente se cansa muy rápido de las limitaciones. Quería que mis empleados se sintieran libres en mi empresa.»

Sin embargo, incluso hoy, en las primeras instalaciones de Nintendo aún quedan algunos carteles colgados en las paredes que datan de la época de su abuelo. En esos viejos trozos de papel que el tiempo ha amarilleado, pueden leerse algunas normas: «Sé minucioso», «trabaja

mucho» y «decide lo que te parezca mejor hacer». Yamauchi marca las distancias cuando se le pregunta si esas frases al fin y al cabo no son consignas de empresa:

«Todo eso es de la época de mi abuelo. ¡Son sus normas, no las mías (risas)! No las escribí yo, simplemente se quedaron ahí, tal como estaban. En el fondo, incluso no sé si yo mismo podría mantener siempre la rectitud, ser trabajador y tomar eternamente las decisiones adecuadas. ¿Cómo quiere que imponga esas normas a mis empleados si el propio jefe no sabe si es capaz de respetarlas?»

Como nuevo director de Nintendo, por lo tanto, Yamauchi conoce sus propios límites, y ese lado rebelde contrastará radicalmente con el antiguo equipo de dirección...

Unas reformas mal recibidas

Además de no tener demasiadas ganas de seguir el camino marcado para él en Nintendo, Yamauchi posee otras razones para no alegrarse de ser el nuevo director de la empresa familiar.

La acogida que le reservan los sindicatos podría calificarse como mínimo de glacial. En esa época, Nintendo se dedica sólo a fabricar y vender juegos de cartas, y la empresa cuenta únicamente con un centenar de empleados. Sin embargo, los trabajadores no ocultan su escepticismo frente a la idea de que los dirija un joven que saben caprichoso, además de inexperimentado. Para muchos de ellos, Hiroshi sólo es «un niño de papá egoísta».

Las discusiones que los empleados mantienen entre las máquinas sobre sus preocupaciones y su inquietud con respecto al futuro de Nintendo llegan con frecuencia a oídos del joven, pero son precisamente esas críticas las que le transmiten



Entrada e interior del antiguo domicilio social de Nintendo.



Varios sindicatos de Nintendo organizan una huelga de hambre a principios de los cincuenta.

La Historia de Nintendo

a Hiroshi la rabia y el deseo de superarse. Arrogante y orgulloso, le obsesiona una sola cosa:

«Odiaba que me tomaran por un tipo que había llegado a jefe por sus vínculos de sangre. Ante todo, ¡quería demostrarles que se equivocaban al subestimarme!»

Nada más colocarse al frente de Nintendo, Hiroshi Yamauchi emprende una gran cantidad de cambios. En 1951, al considerar que la sociedad **Marufuku** y **Yamauchi Nintendo** en realidad forman una unidad, decide reunir las bajo la misma denominación social: la sociedad anónima **Nintendo Koppai** (que significa «cartas» o «piedra de mahjong»).

Asimismo, en 1952, decide ampliar las instalaciones y centralizar todas las plantas de fabricación de Kioto en un único lugar. Por eso, a los 1.500 m² ya acondicionados por su abuelo añade 3.500 nuevos metros cuadrados de terreno en el barrio de **Higashiyama**. La empresa se trasladará a las nuevas instalaciones en 1954 y los empleados, entre ellos algunos que llevan en la empresa varias décadas, se muestran indignados ante tantas medidas costosas y arriesgadas.

Por primera vez en la historia, Nintendo se verá obligada a recurrir a los créditos bancarios. Los sindicatos, cuyas opiniones no se han tenido en cuenta, consideran que el joven no es lo suficiente maduro para dirigir a los 110 empleados de la empresa, y deciden organizar una huelga general. ¡Los más convencidos llegarán incluso a iniciar una huelga de hambre! Se declara una auténtica guerra interna en el seno de Nintendo ya que, para hacer frente a los huelguistas, otro sindicato que apoya al joven director decide contratacar.

Finalmente, tras largas semanas de luchas encarnizadas, Hiroshi Yamauchi logra hacerse

escuchar. La forma que encuentra de conseguirlo tiene mucha resonancia. Los periódicos de la época no dudan en presentar los métodos «poco considerados» que utiliza para imponer su voluntad. Así es, simplemente, los opositores más virulentos que claman la incompetencia del nuevo dirigente un buen día reciben una carta en la que se les pide que recojan sus cosas y vayan a buscar trabajo a otra parte...

Sin embargo, tras ese joven rostro distante y sin piedad en realidad se esconde un sentido de la responsabilidad fuera de lo común:

«Cuando tomo una decisión, la aplico hasta sus últimas consecuencias sin arredrarme. ¡Ése es el abecé del empresario! De todas formas, ocurra lo que le ocurra a una sociedad, al final, siempre es el jefe quien debe asumir las responsabilidades. En definitiva, nunca he tomado una decisión que no fuera totalmente acorde con mis propias convicciones. Un director que se deja influir y no está absolutamente convencido de sus decisiones no tiene la talla de un verdadero director.»

Las cartas de plástico

Hiroshi prevé tantos cambios porque tiene una idea en la cabeza: producir una nueva serie de barajas, los primeros modelos de cartas japonesas «100% de plástico» (1953).

Hasta entonces, los jugadores más apasionados estropeaban bastante rápido las cartas de papel grueso. Sucias por el contacto con dedos poco limpios, con pliegues en las esquinas por falta de cuidado y, sobre todo, demasiado fáciles de doblar, las cartas de la época siempre están llenas de defectos. El paso a las nuevas técnicas de fabricación, que Nintendo tardará más de un año en dominar, borra de un plumazo todos los inconvenientes de antaño.



Las nuevas instalaciones en Higashiyama, en los años sesenta.



Las mismas instalaciones, hoy en día.

Sin embargo, la elaboración de una baraja también requiere más tiempo. La coloración de esas nuevas variedades es más delicada puesto que, al contrario del papel, el plástico no ofrece un efecto «absorbente». La tinta tarda más en secarse, y a veces los colores ni siquiera quedan iguales de una carta a otra. Para solucionar ese problema, los empleados deben agrupar las diferentes impresiones en función del acabado obtenido, atentos para no olvidar ninguna de las 54 cartas reglamentarias. En general, esa tarea repetitiva y fastidiosa se encarga a los nuevos empleados. Finalmente, las «All Plastic Trumps» se venden al doble del precio original, lo que no impide que cosechen un inmenso éxito.

Primera acción judicial

Los logros de Nintendo en el ámbito de los juegos de cartas y las Hanafuda, por supuesto, conllevan la aparición de envidiosos entre el puñado de competidores que aún quedan en Kioto. Esa rivalidad dará lugar a varios contenciosos entre Yamauchi y el director de la empresa Oishi Tengudo. De hecho, varios documentos mencionan la existencia de un procedimiento judicial entre las dos compañías en 1953. El conflicto es el siguiente: el 7 de enero de 1931, Sekiryō registra oficialmente el nombre de producto de Nintendo, Daitoryo, en el registro mercantil de Kioto (número de inscripción: 221256), pero el 17 de marzo de 1947, la sociedad

Oishi Tengudo presenta una solicitud con el fin de registrar el nombre **Abraham Lincoln Daitoryo** para una de sus propias series de Hanafuda, una solicitud que es aceptada (número de inscripción: 384856). Sin embargo, en octubre de 1953, cuando Tengudo tramita la prolongación de sus derechos de uso de la marca, Hiroshi Yamauchi intenta oponerse. Aunque nunca tratara la cuestión con su abuelo mientras éste vivía, el tema le indigna sobremanera. Está convencido de que esa serie únicamente fue ideada por su competidor para crear una confusión entre los dos «presidentes» y, de esa forma, aprovecharse de la mayor popularidad de los modelos de Nintendo. En noviembre del mismo año, inicia una acción judicial contra Tengudo. Para Nintendo, ésta parece ser la primera experiencia en términos de conflictos jurídicos. Yamauchi sólo tiene 26 años.

No obstante, en abril de 1954, los jueces deciden que no existe una competencia directa entre los nombres de ambos productos y que no existe ninguna confusión posible para los compradores potenciales. Nintendo apelará la sentencia pero volverá a perder en 1960, ¡después de que el asunto llegue hasta el Tribunal Supremo!

El éxito de las cartas Disney

Mientras que el volumen de negocios de Nintendo no llega a los 200 millones de yenes en 1955, ¡en 1959 supera ampliamente los 600 millones! Este despegue económico es posible gracias a las excepcionales capacidades de negociación de Yamauchi, quien logra convencer a la muy exigente empresa estadounidense de entretenimiento **Walt Disney** de que le ceda los derechos de explotación de la imagen de sus personajes.



Impresión de las cartas de plástico.



Recortes de periódico que promocionaban las Disney Trumps en 1959. Si se mandaban 50 yenes en sellos, Nintendo prometía enviar la guía con las reglas para jugar (bridge, póquer), técnicas adivinatorias, trucos de magia, etc.

La Historia de Nintendo

Los japoneses trabajan sin descanso hasta recuperar una economía próspera apenas 12 años después de la derrota de su ejército. Los hogares se equipan con electrodomésticos y comienzan a disfrutar de las primeras alegrías de la televisión.

Los medios de comunicación anuncian con gran pompa que la boda del Príncipe Imperial de Japón en abril de 1959 será retransmitida por televisión, lo que anima a numerosos japoneses a adquirir un aparato. Los últimos años de la década de los cincuenta son precisamente el periodo durante el cual los niños descubren con entusiasmo los héroes de Walt Disney, y Nintendo no quiere dejar pasar esa doble oportunidad: una importante campaña publicitaria en televisión alaba los méritos de las barajas de **Mickey**, disponibles prácticamente en todas partes por 300 o 400 yenes.

Por primera vez en la historia de la compañía, el presidente recurre a la publicidad en la pequeña pantalla. Además, la puesta en escena de los anuncios es brillante: varios magos profesionales realizan diferentes trucos que promocionan los personajes de Disney.

El éxito de los anuncios no se hace esperar. ¡Los niños adoran las cartas y quieren más! Hasta tal punto que, unas semanas después, se emite un programa infantil patrocinado por Nintendo (**Magic School**).

Frente a la inmensa demanda de los niños nipones, la empresa se ve obligada a ampliar su red de distribución. Desde la época de su abuelo, el único canal utilizado era el de los estancos, pero Yamauchi logra establecer una colaboración con las papelerías, las jugueterías y los grandes almacenes. Numerosos expositores situados junto a las cajas muestran los nuevos modelos de cartas infantiles.



Los primeros anuncios televisivos de Nintendo datan de 1959 y promocionan las cartas de Disney. Son en blanco y negro, por supuesto.

Durante los primeros meses de 1960 y gracias a la jugosa licencia estadounidense, la producción de Nintendo se multiplica por cinco. ¡Ese año, se venderán un total de 600.000 unidades y las ventas ascenderán a más de 1,5 millones a finales de 1961!

Gracias a esa increíble productividad, se reducen los costes de fabricación y, en 1962, la empresa ya posee una cuota de mercado de más del 80% en Japón (frente al 30% en 1958). Asimismo, puede considerarse que Nintendo es una de las primeras empresas japonesas que tuvo la idea de adquirir derechos de imagen de personajes para revalorizar sus productos. ¡Y muchos también consideran que las cartas de Disney constituyen los primeros «productos derivados» de Japón!

Las cartas darán lugar a varias colecciones, como los juegos PG (*Playing Guide*), que ofrecen con las cartas un librito, en ocasiones de más de 100 páginas, donde se explican distintos juegos (póquer, bridge, etc.) y a veces incluso algunos trucos de magia.

Yamauchi posteriormente revelará que con esos PG aprenderá a distinguir entre el componente *hard* (las cartas) y el elemento *soft* (la pequeña guía), dos nociones que después le serán muy útiles y que explicarán en gran parte su éxito con la **Famicom**.

Nacimiento de Nintendo Co., Ltd.

Sin duda alguna, la situación económica de Nintendo se encuentra en un periodo de prosperidad a principios de los años sesenta. Sin embargo, el éxito de las cartas de Disney entre los niños va acompañado de un importante descenso de la popularidad de las Hanafuda tradicionales entre los adultos.

Los mayores descubren el pachinko y otro entretenimiento completamente nuevo, los bolos. Las tendencias de la época incitan más a las actividades «de exterior», por lo que los juegos «de



Ilustración de un catálogo de Nintendo destinado a los profesionales con una joven entregando un paquete.

interior» quedan relegados a un segundo plano. Se generalizan las salidas nocturnas entre amigos o colegas, que disfrutan de los numerosos bares y restaurantes del país.

Las Hanafuda, por su parte, aún se fabrican a la antigua, es decir, a mano. Como la demanda cae y los costes de fabricación siguen siendo igual de altos, Yamauchi toma otra decisión radical: a partir de ese momento, las cartas de flores también se elaborarán con máquinas. La firma abandona para siempre el componente artesanal del producto al que le debe su renombre, pero también permite salvar su producción: el trabajo de los empleados se facilita considerablemente y los costes de fabricación se reducen. Los trabajadores dejarán de tener que comprobar las cartas una a una.

Gracias a los beneficios acumulados, Yamauchi decide registrar a Nintendo en el segundo mercado de la bolsa de Osaka y de la bolsa de Kioto en 1962, con un capital social de 100 millones de yenes. La empresa es admitida a cotización. ¿Quién hubiera creído diez años antes que Nintendo, la pequeña empresa familiar dirigida por un supuesto «niño de papá» en unos locales lúgubres, se desarrollaría hasta el punto de poder vender un día acciones propias a cualquier inversor interesado?

Los ingresos de la sociedad, además, no dejan de progresar. Si, en 1955, Nintendo registra un

volumen de negocios de 200 millones de yenes, el año del lanzamiento de las cartas de Disney alcanzarán los 600 millones, hasta llegar a los 1.400 millones de yenes en 1964. ¡En junio del mismo año, los beneficios netos calculados ascienden a 150 millones de yenes!

Con el fin de marcar esta evolución memorable, Hiroshi Yamauchi (que ya no es «director» sino «presidente») decide modificar una vez más el nombre de la empresa, también con la intención de no reducir su actividad simplemente al negocio de las cartas. La empresa, en ese momento, pasará a llamarse **Nintendo** (*kabushiki gaisha*) en Japón y Nintendo (*Co., Ltd.*) para Occidente.

«En 1962, era joven y estaba lleno de proyectos. Tenía nuevas responsabilidades frente a los inversores, aunque la verdad es que no sabía hacia dónde iba. Las cartas de Disney nos habían hecho ricos y saqué Nintendo a bolsa sin pensarlo demasiado.»

La dura realidad del sector...

¿Sin pensarlo demasiado? Es cierto, ya que el joven presidente no ha previsto lo que se convertirá en una de las grandes crisis de Nintendo. Por una razón aún inexplicable, las ventas de las cartas de Disney se detienen súbitamente en 1964, a pocas semanas de los Juegos Olímpicos de Tokio. Yamauchi trata de crear nuevas colecciones, del tipo «Mickey y sus amigos hacen deporte», pero no hay nada que hacer, parece que los niños ya no se interesan por las cartas.

Según **Yasuhiro Onishi**, el responsable de la sección de trumps de la época:

«Al contrario, pensábamos que los Juegos Olímpicos tendrían un efecto positivo, y lanzamos varias series dedicadas al

任天堂 骨牌

【増資中】 トランプ独占メーカー。買い替えひん度の高まりで見通し明るく、今6月期は8億円売り上げ見込み。5月末払い込みで2億円へ倍増資。増資後も2割配。

【本社】 京都市東山区福箱上高松町60 (電京都(6)4911)

【設立】 昭和22年11月 **【決算期】** 6月末

【事業】 トランプ、花札、ゲーム類、百人一首製造

【資本金】 100 **【社長】** 山内博

【前回増資】 36.9 1:0.5

【株主】 37.1 371名 江口証券 201株

山内博 442株 京都銀行 200株

山内任天堂 312株 山内君 124株

【業績】 売上 利益 同率 配当

34.6 317 24 80 10

35.6 387 32 107 15

36.6 515 52 178 20

【株価】 最高 最低 **【再評価積立金】** 1

37.1 535 270 **【上場】** 大阪2, 京都

37.2 600 455 (87年1月公開)

(額面 50)



Expositor de cartas de Nintendo antiguamente colocado en las tiendas autorizadas.

Extracto del informe de las cuentas bursátiles para el año fiscal 1982 de Nintendo Koppai.

La Historia de Nintendo

acontecimiento. Incluso proponíamos guías de juego en unas cajas dobles muy bonitas, pero nos dimos cuenta de que los niños no tenían ganas de leer. ¡Desde el principio, sólo les interesaban las ilustraciones de los personajes de Disney! Algunos niños tenían tres o cuatro barajas, cuando en realidad una sola era suficiente, y terminaron cansándose de coleccionarlas...»

Yamauchi descubre la dura realidad de los juegos para niños. Los menores se cansan rápido y el presidente se da cuenta de que no tiene ningún otro proyecto para ellos... Entretanto, tratará de exportar los modelos de la marca a Europa y Estados Unidos, pero en pocas semanas se da por vencido, al no obtener absolutamente ningún resultado. Las cuentas de Nintendo no cuadran, y su acción cae drásticamente de 900 a 600 yenes. El presidente debe reaccionar.

Al respecto, Onishi recuerda:

«Con frecuencia, se ha dicho que los Juegos Olímpicos representaron un trampolín para la economía de nuestro país, pero para nosotros fue todo lo contrario. Ese periodo fue uno de los peores que ha atravesado Nintendo, ¡nada funcionaba!»

Cambio radical de rumbo...

La situación de crisis a la que debe enfrentarse Yamauchi finalmente se convierte en una formidable oportunidad para Nintendo. Sobre este punto, conviene precisar que el joven presidente llevaba mucho tiempo soñando con embarcar a la sociedad en nuevas aventuras. Para entender mejor su mentalidad, debemos retroceder en el tiempo, hasta 1956. Ese año, Yamauchi realiza un corto viaje a Estados Unidos, donde sufre una auténtica conmoción. Como muchos japoneses, desea visitar ese país que el mundo occidental considera «el modelo económico». Durante su visita, espera vislumbrar el futuro de Nintendo y encontrar nuevas ideas para mejorar la producción de cartas. Por eso, naturalmente, pide visitar con su pequeña delegación la mayor fábrica de juegos de



Para Nintendo, los Juegos Olímpicos de Tokio de 1964 no generaron el impulso económico esperado...

cartas del mundo, la **US Playing Card Company**. Sin embargo, ¡cuál no será su sorpresa cuando constata que, pese a su prestigioso estatus, la célebre empresa norteamericana al final no es mucho más impresionante ni productiva que la suya, en Kioto! Yamauchi sufre una gran decepción y descubre que Nintendo ya no tiene nada que enviárselo al líder internacional en términos de producción y tamaño. Queda apesadumbrado por la perspectiva de estar prisionero hasta el final de sus días en un sector tan «pequeño» como el de los juegos de cartas.

Impulsado por su juventud y su ambición desmesurada, Hiroshi Yamauchi aprovecha la crisis de 1964 para iniciar una gran cantidad de proyectos nuevos con Nintendo. Pese a las protestas de su propia madre por «el ultraje a la tradición de la empresa», el presidente revela a sus accionistas lo que tiene en mente:

«Por desgracia, los productos vinculados a la industria del ocio no son imprescindibles. Puede que, un buen día, el mercado de los juegos de cartas desaparezca y sea sustituido por otros productos más divertidos. Por eso, deseo diversificar la actividad de Nintendo para explorar otros sectores más seguros, útiles y prometedores.»

Un fracaso tras otro

Yamauchi considera, con toda la razón, que el sector alimentario es, por excelencia, el sector que no conoce la crisis, con una demanda siempre continua. Además, los recientes progresos realizados por la industria agroalimentaria para el desarrollo de la comida instantánea parecen darle la razón. Como los precursores del sector se han adueñado del amplio mercado de las sopas y los fideos (los célebres **Cup Noodles** listos en 3 minutos), Yamauchi decide, junto a otros dos socios, comercializar arroz instantáneo.



El edificio de la US Playing Card Company que Yamauchi visitará en 1956.

«Entonces, traté de contratar a jóvenes titulados universitarios, pero fue casi una misión imposible. En aquella época, todavía había pocos titulados universitarios, y los que había preferían empresas más grandes que la nuestra, un simple fabricante de juegos de cartas...»

Aun así, dos jóvenes responderán a los múltiples anuncios que se publican entre 1963 y 1965: **Hiroshi Imanishi** y **Gunpei Yokoi**. Gracias a esos dos nuevos empleados con la formación adecuada, el presidente espera rodearse de colaboradores ingeniosos y volver a entrar en un periodo de bonanza durante los años siguientes. A partir sobre todo de la segunda mitad de la década, Nintendo decide concentrarse de nuevo en su actividad inicial, los juegos.

La empresa emprende con furor la fabricación de juegos de sociedad. Los primeros productos que salen de las fábricas de Kioto no se caracterizan por su originalidad ya que consisten en tableros y piezas de Shogi (el ajedrez japonés), Go y Mahjong.

Esos tres productos, pese a ser extremadamente clásicos, constituyen valores seguros y en un primer momento permiten dejar contentos a los banqueros, que empezaban a refunfuñar. Además, dada la urgencia, Nintendo también se ve obligada a adquirir los derechos de exitosos juegos extranjeros. Uno de los primeros artículos que aliviará un poco la situación de la empresa es el famoso **Rabbit Coaster** (1963)...

Sin embargo, los «exitosos juegos extranjeros» no garantizan forzosamente el mismo entusiasmo entre los jugadores nipones. Por ejemplo, en 1968, el juego estadounidense **Twister**, que bate todos los récords de venta en Estados Unidos, no llega a seducir en la

misma medida al público local. Pese a una importante promoción televisiva, los japoneses, normalmente pudorosos en público, muestran cierta reticencia a adoptar posiciones a veces incómodas delante de sus amigos.

Con el fin de garantizar un volumen de ventas mínimo, Hiroshi Yamauchi decide comprar juegos de mesa con licencia. Desde 1959, mantiene una relación comercial con Disney, aunque ahora también desea seducir a otros estudios de animación extranjeros, como **Hanna-Barbera**, y adquirir los derechos de imagen de algunos de sus personajes. Y, para resultar más creíble frente a esos gigantes de la industria norteamericana del ocio, opta por crear una marca totalmente nueva, ilustrada con el logotipo **NG**.

Hoy en día, muchos creen que las iniciales que figuran en un gran número de cajas de los años sesenta y setenta significan **Nintendo Game**, pero en realidad no. ¡O al menos no al principio! En un primer momento, **NG** en realidad son las siglas de la nueva filial de Nintendo destinada a comprar y distribuir en Japón juegos creados en el extranjero: **¡Nippon Game Co., Ltd.!**

En 1963, el presidente Yamauchi supone que, en el resto del mundo, la marca Nintendo aún no tiene ningún peso y, por esa razón, prefiere que **NG** signifique **Nippon Game**, un nombre probablemente mucho más «llamativo» para sus interlocutores internacionales.

Por lo tanto, pueden encontrarse algunos juegos de licencia, como juegos **Hanna-Barbera**, de Disney o una variante de la ruleta, sacados al mercado con ese nombre comercial, aunque al final, por una razón desconocida, la marca **Nippon Game Co., Ltd.** se abandonará tras dos o tres años de explotación. El logotipo **NG** seguirá siendo el mismo, pero se añadirá «**Nintendo Game**» para precisar el cambio de significado.



Gunpei Yokoi, unos años después de comenzar a trabajar en Nintendo.



En un principio, el logo **NG** (a la derecha) era la contracción de **Nippon Game Co., Ltd.**, filial de Nintendo. Después se retomará con la marca de la firma y significará **Nintendo Game**.

Lo que finalmente permitirá al presidente Yamauchi entrever la salida del túnel será el ingenio de su segundo nuevo empleado, Gunpei Yokoi. Si bien al principio el joven diplomado en electrónica ocupa en la empresa un puesto de responsable de mantenimiento, rápidamente destaca por sus aguzadas capacidades creativas. La primera creación de este Mozart de los juegos es la famosa **Ultra Hand** (1966).

Gracias a los 1,2 millones de unidades vendidas a 600 yenes cada una, Nintendo podrá saldar gran parte de sus deudas y tranquilizar a los accionistas. En una época en la que en Japón los juegos son considerados «un éxito comercial» a partir de 100.000 unidades vendidas, la Ultra Hand revela la amplitud del potencial del ingeniero y catapulta a su creador al puesto de ingeniero jefe.

Imanishi, que asiste a Yamauchi, sugiere a su superior que reorganice las secciones de la empresa: la sección 1 se dedicará a los juegos de cartas, la sección 2 a las karuta tradicionales, mientras que la sección 3 se ocupará de la creación de juegos, juguetes y diversos productos con posibilidades de generar importantes beneficios. Gunpei Yokoi, que sigue siendo un simple responsable de

mantenimiento, es colocado de inmediato a la cabeza de esa nueva sección.

Por primera vez en su historia, Nintendo invierte en un «departamento de investigación y desarrollo», además de contratar a más diplomados para reforzar el equipo del joven prodigio.

De nuevo en boga

En 1968, otra idea de Yokoi cosecha un éxito rotundo, el **Ultra Machine**, un lanzador de pelotas de ping-pong que ofrece a los niños la posibilidad de jugar al béisbol con total seguridad. Se lleva a cabo una intensa campaña publicitaria (durante la retransmisión de los partidos por televisión), y los niños sueñan con poder entrenarse en casa para convertirse un día en los nuevos héroes de ese deporte muy de moda en el país del sol naciente. Los resultados están a la altura del genio de Yokoi ya que, en un periodo de tres años, se venden más de dos millones de **Ultra Machine**.

En 1969, la tercera sección de Nintendo es tan importante que la fábrica de Uji, en un principio destinada a elaborar el arroz instantáneo, también se dedica a la producción de los juguetes de Nintendo. Y lo que es más sorprendente: el análisis de los resultados de los ejercicios sociales muestra que la venta de juegos de cartas en 1967 todavía



Nintendo esperaba mucho de esta licencia MB pero, por razones comerciales, Twister no gusta entre el público japonés.



Hiroshi Yamauchi y una de sus hijas, Fujiko, en una sala de exposición de Nintendo a principios de los setenta.

La Historia de Nintendo

supone el 70% del volumen de negocios de Nintendo, ¡pero en 1969 ya solamente representa el 30%! ¡En paralelo, el volumen de negocios de la empresa pasa de 1.734 a 3.420 millones de yenes!

Yamauchi logra su antiguo reto, que consistía en sacar a su empresa del «callejón sin salida» que representaban para él los juegos de cartas. Al recordar la famosa crisis de las cartas de 1964, el presidente incluso llegará a reconocer:

«Finalmente, si Nintendo no hubiera cotizado en bolsa en aquel momento, quizás me habría visto obligado a echar el cierre.»

Los juguetes electrónicos

Nintendo, por lo tanto, vuelve a prosperar gracias a su magnífica entrada en el sector del juguete. Las ideas geniales de Gunpei Yokoi y de su equipo dan un respiro a la empresa y a sus empleados. Yamauchi, que trata de analizar su propio recorrido, constata algo importante:

«Tras todos esos fracasos y todos esos éxitos, me di cuenta de que para progresar, no hay que limitarse a comercializar un simple producto en un solo mercado ¡Uno mismo debe crear y desarrollar nuevos mercados directamente!»

Ahora bien, aunque los resultados de Nintendo sean satisfactorios, no son nada comparados con los de algunas empresas japonesas de la industria del juguete, como Takara, Bandai o Epoch. Consciente de su retraso con respecto a los grandes líderes del sector, Yamauchi no se vanagloria de sus logros. Pese a haber marcado varios puntos con los juguetes de Yokoi, sobre todo se siente frustrado por encontrarse a años luz de sus competidores en términos de volumen de negocios.

«La razón por la que decidí volver al universo de los juguetes tras mis pasados fracasos fue que era el ámbito que requería menos

inversiones y en el que podíamos lanzar rápidamente diferentes productos. Sin embargo, resultaba muy difícil luchar e imponerse frente a empresas que operaban en el sector mucho antes que nosotros. Había varias categorías de juguetes pero, fuéramos donde fuéramos, chocábamos con el poder de nuestros competidores. Finalmente, ¿qué campo del juguete nos quedaba para poder situarnos a su nivel? Ninguno, ¡salvo alguno que ellos no hubiesen experimentado todavía! Y ese alguno era la electrónica. No iniciamos ese camino forzosamente por gusto, sino sólo porque no teníamos otra alternativa, era nuestra única oportunidad para desarrollarnos e imponernos.»

Así es, en ese momento, ningún fabricante de juguetes ha intentado realmente utilizar componentes «sofisticados» en sus productos. La electrónica, frágil y costosa, no suele asociarse demasiado a los juguetes. El primer intento de Yokoi para desarrollar ese nuevo mercado llega al año siguiente, en 1969, con el famoso **Love Tester** (1.800 yenes, ver pág. 144).

El producto, que retoma el principio del medidor de conductividad, está pensado para los jóvenes adultos, como una especie de transición hacia el principal público objetivo, los niños. La misión del



La caja del famoso Love Tester.



Folleto publicitario para el tambor electrónico de Nintendo: la Ele-conga.

Love Tester es «revelar» las afinidades amorosas de dos personas. La máquina se compone de un medidor de aguja con dos cables en cuyos extremos se han colocado dos bolitas de metal. Los dos «jugadores» deben darse la mano y, con la mano libre, agarrar una de las bolitas. En ese preciso instante, la aguja reacciona y dicta su veredicto apuntando una cifra entre 1 y 100...

El juguete, anunciado en televisión, dará mucho de qué hablar y será un éxito entre los estudiantes o los jóvenes empleados de oficina, que terminan sus jornadas laborales en torno a una buena cerveza.

Gracias también a los excelentes resultados de los demás productos de la marca Nintendo (**Ultra Scope**, **Ele-conga**, **Lefty RX**, **Block N&B**, numerosos juegos de mesa, juguetes con licencias, etc.), la empresa registra unos beneficios considerables.

El boom de las pistolas de luz

Las atrevidas iniciativas de Nintendo empiezan a atraer la atención de las grandes empresas de electrónica japonesas. Por eso, la célebre marca **Sharp** envía a uno de sus empleados (un tal **Masayuki Uemura**) a tantear al presidente Yamauchi. El gigante japonés acaba de desarrollar una célula fotoeléctrica (pila fotovoltaica) para el gran público y busca patrocinadores interesados en el producto.

Uemura es invitado a entrar directamente en el despacho de Gunpei Yokoi, responsable de la sección. Ambos hombres congenian de inmediato y, durante varias horas, tratan de encontrar juntos un uso original para la célula fotoeléctrica. De esa afinidad espontánea nacerá el célebre **Kosenju SP** (la pistola de luz SP, ver pág. 157).

El principio del juego es muy sencillo. Al apretar el gatillo, la pistola emite un rayo estroboscópico muy corto (invisible e inofensivo) que, al alcanzar la pila fotovoltaica (el receptor), genera una corriente eléctrica. Ésta a su vez activa un mecanismo específico que modifica el aspecto de un objeto.



Ilustraciones extraídas del catálogo de ladrillos N&B Blocks, página de los Lego.

En otras palabras, ¡el jugador tiene la impresión de que realmente ha dado en el blanco! Aún hoy en día, esa pistola sigue siendo considerada por los profesionales como el primer juguete que utilizó componentes electrónicos sofisticados.

La empresa despliega una gran campaña publicitaria en todos los medios de comunicación, y se organizan numerosas demostraciones en los grandes almacenes. Pese al elevado precio del producto (unos 4.000 yenes por un set), sólo en las vacaciones de verano se venden más de 200.000 pistolas. En seis semanas, se supera el objetivo de ventas, teóricamente establecido para todo el año. En total se venderán más de un millón de unidades. A pesar de la importante cantidad de modelos defectuosos, debido a la inexperiencia de Nintendo en la producción a gran escala de productos electrónicos complejos, esos resultados permiten que la empresa comience a cotizar en 1970 en el codiciado primer mercado de la bolsa de Osaka. Para Yamauchi, esta evolución supone una auténtica consagración.

En la misma época, Uemura, que ha trabado amistad con los empleados de la firma, se entera de que Sharp tiene previsto trasladarlo a otra región. Nacido en Kioto y deseoso de pasar el resto de su vida en la ciudad, decide abandonar Sharp e integrar Nintendo. Por supuesto, en ese momento todavía no sabe que un día se convertirá en una persona clave en la historia de la sociedad, gracias a la creación de la celeberrima **Famicom**...

Yokoi, a quien el éxito de la pistola de luz SP ha aportado confianza, a continuación trata de producir una versión mejorada de su juguete: la serie **Custom**. La gran novedad de esa serie consiste en la posibilidad de poder alcanzar el objetivo a 100 metros de distancia (la antigua versión no permitía tirar con precisión a más de 8 o 9 metros) y jugar con blancos aún más sofisticados.



Folleto publicitario que muestra la gama de pistolas de luz SP y los coches teledirigidos Lefty RX.

Por desgracia, aunque las previsiones de ventas estiman que se venderán 50.000 unidades de la pistola durante el primer mes, la realidad es muy distinta, ya que únicamente se venden 1.000 ejemplares. Nintendo cometerá dos grandes errores de marketing en relación con el producto.

En primer lugar, el precio. La versión en forma de pistola cuesta 7.500 yenes, es decir, casi el doble que el primer modelo del juego, mientras que la versión en forma de fusil asciende a 14.500 yenes. Incluso si el producto utiliza la tecnología más puntera, pocos padres pueden permitirse gastar tal suma de dinero en un juguete.

Por otra parte, aunque los consumidores aplaudan unánimemente las impresionantes capacidades del producto, también todos lamentan que Nintendo haya ignorado la realidad material de los espacios de juego en Japón. En un país donde el 80% de la población vive en zonas urbanas, encontrar un terreno de juego de esas dimensiones es casi un milagro. Sin olvidar que, colocado a 100 metros del jugador, el objetivo es tan minúsculo que es imposible saber si se le ha dado o no...

Tres meses después del lanzamiento de la serie Custom, Nintendo se ve obligada a retirar los juguetes de la venta, lo que significa reconocer su fracaso.

Esta nefasta experiencia será, para Yamauchi, una excelente lección de marketing, ya que le permite tomar conciencia de lo siguiente:

«En ese momento aprendimos que, en el mundo de los juguetes, sean cuales sean la calidad y la tecnología empleadas, lo que determina la decisión de compra es el precio.»

Sin embargo, Nintendo logra su objetivo, que consistía en crear su propio mercado e imponerse. Los juguetes electrónicos parecen

gozar de un maravilloso porvenir. Al mismo tiempo, y siempre con la firme intención de protegerse frente a cualquier riesgo, Yamauchi vuelve a intentar diversificar su actividad. Aunque no olvide los antiguos fracasos, tampoco consigue ignorar la dura realidad en lo que se refiere a la vida útil de los juguetes, extremadamente corta.

Para garantizar la perennidad de la empresa, no lo queda otra opción, como demuestran las palabras que pronunció en 1991:

«Me gusta repetirlo pero, en el sector del ocio, o vives un infierno o alcanzas el paraíso. No hay término medio. O bien el juguete se vende muy bien, o no se vende nada. E incluso cuando un producto tiene éxito, pasa de moda de inmediato, hasta el punto de convertirse en una antigüalla en la siguiente temporada. Por mucho que se bajen los precios, no habrá solución, nadie se interesará ya por él. Por eso, se imaginarán que los que trabajamos en este sector nos hacemos muchas preguntas e intentamos diferentes soluciones. Aun así, tras intentar miles de cosas y fracasar, las opciones se reducen muchísimo. Nintendo se aventuró en la electrónica y en otros ámbitos sobre todo porque en realidad no

無線銃カスタム
☆君のすぐ腕にこたえるガン・ターゲット

10000 セット ¥7,500
3400 セット ¥7,500

Folleto publicitario para la comercialización de la serie Custom de pistolas de luz.

物耀たる王朝文化の粋を今につたえる
任天堂謹製 小倉百人一首

商品明細

品名	内容	価格	発売日
10000	無線銃 10000 セット	7,500	1991.03
3400	無線銃 3400 セット	7,500	1991.03
...

任天堂株式会社

Aún en la actualidad, Nintendo sigue produciendo y comercializando modelos de la gama Hyakunin Isshu.

tenía elección. Solamente nos quedaba esa posibilidad...»

Carrito y material de oficina

Los «otros ámbitos» de los que habla Yamauchi son, cuando menos, inesperados: artículos «utilitarios» y material de oficina!

Recordemos que los productos de Nintendo se distribuyen de varias formas. En función del tipo de artículo, Yamauchi logra colocarlos en jugueterías, estancos o papelerías.

Con el objetivo de aprovechar al máximo esta excelente red, el presidente decide volver a intentar lo imposible ampliando su catálogo de productos. Por ejemplo, a principios de los setenta, se fabrica una silla de paseo en las instalaciones de Uji: la **Mamaberica** (ver pág. 170). Pensada para las jóvenes madres, se vende en las jugueterías, junto a los carritos de la competencia. Asimismo, se comercializa una máquina para elaborar algodón de azúcar (**Candy Machine**, ver pág. 172) y un balancín de dos plazas (**Twins**, ver pág. 171).

Este último, vendido a 4.980 yenes a principios de los setenta, es íntegramente de plástico. Pensado para los niños de entre uno y siete años, presenta también la originalidad de contar con una estructura curva que permite transformarlo en un columpio para bebés de entre dos y siete meses.

Nintendo también explota el filón de la distribución en papelerías de forma más elaborada. Desde el mes de octubre de 1970, vuelve a causar sorpresa al ofrecer a los clientes material de oficina. El primer artículo fabricado es una pequeña estantería de plástico, muy ergonómica (**Unilac**, ver pág. 174) y muy original, ¡presenta un doble fondo que permite realizar trucos de magia! En septiembre de 1971 ve la luz un aparato de «fotocopias». Se trata del famoso **Copilas** (ver pág. 176).

Propuesto a un precio increíble para la época (9.800 yenes), el **Copilas** se vende de maravilla.



El ya casi inencontrable balancín Twins de Nintendo.

La fábrica de Kioto recibe directamente un gran número de pedidos de empresas y colegios. Por desgracia, el éxito dura muy poco, pues las quejas de los clientes pronto empiezan a llover sobre la empresa.

Así es, incluso si el dispositivo ofrece una calidad de impresión razonable para la época, aparecen problemas de manchas o marcas de tinta que ensucian los documentos. La tinta tarda demasiado en secarse y además tiende a extenderse por las hojas al término de la impresión.

Al año siguiente, Nintendo trata de lanzar una versión corregida del producto, el **Copilas Dry**, e incluso una versión de mayor rendimiento, que permite imprimir con hojas de distintos tamaños (el **Copilas B5**). Lamentablemente, un cliente descontento es un cliente perdido: las dos nuevas máquinas no se venden tanto como esperaba la compañía...

Nintendo también decide fabricar bolígrafos («Non Dry», que no se secan, ver pág. 175) y rotuladores. Masayuki Uemura confirmará las razones que llevan a la empresa a desarrollar ese tipo de productos:

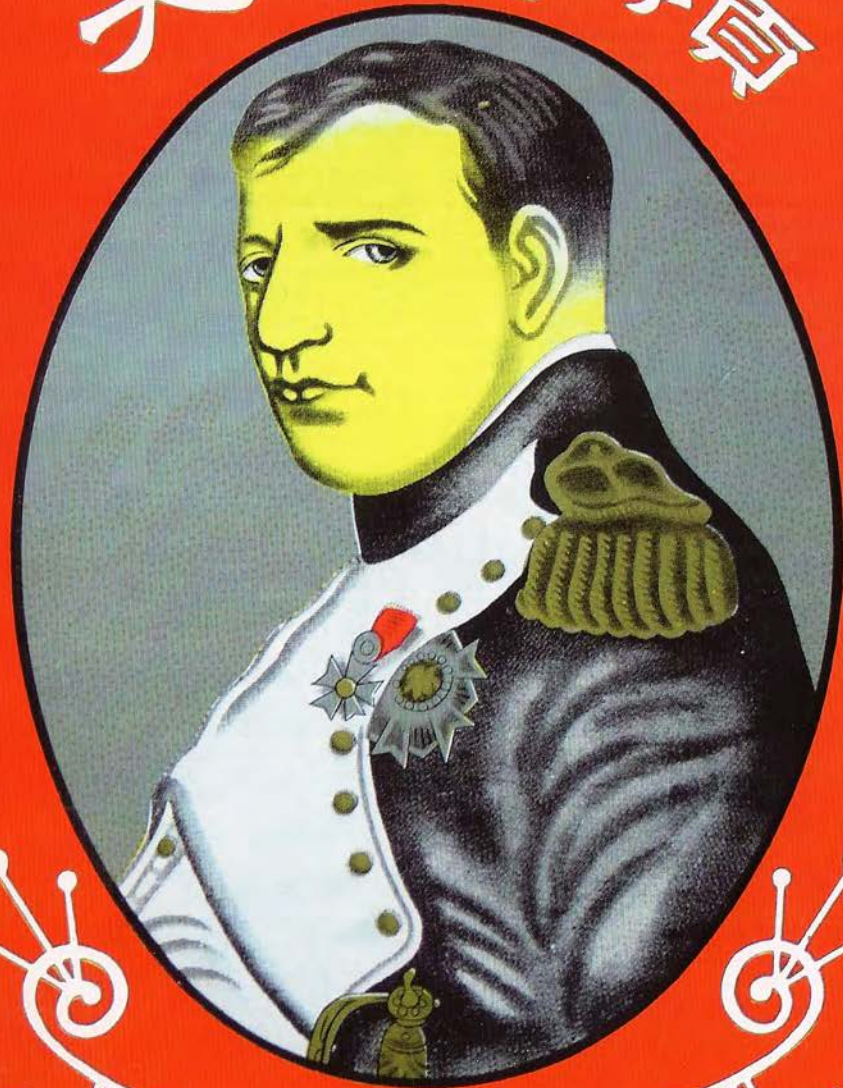
«Contábamos con muchos canales de distribución, así que decidimos aprovecharlos para salir de la terrible crisis a la que nos llevó el fracaso del proyecto Laser Clay (ver pág. 182). Hoy, estos experimentos suelen causar bastante sorpresa, aunque en el plano puramente creativo, tanto a los equipos de Nintendo como a mí mismo nos atraían también los objetos «pragmáticos». Incluso para los juguetes, como los **Game & Watch**, queríamos que el objeto no fuera simplemente «divertido», sino que también fuera útil. Por eso, incluimos una opción reloj en la pantalla LCD.»

Las cabezas pensantes que son Gunpei Yokoi y Masayuki Uemura, por lo tanto, trataron de hacer que nuestra vida fuera no sólo más divertida, sino también más fácil...

Continúa en
la página 180

登 録 (福) 商 標

大 系 充 分 員





六双年幼

The board game board consists of 12 numbered scenes arranged in a path:

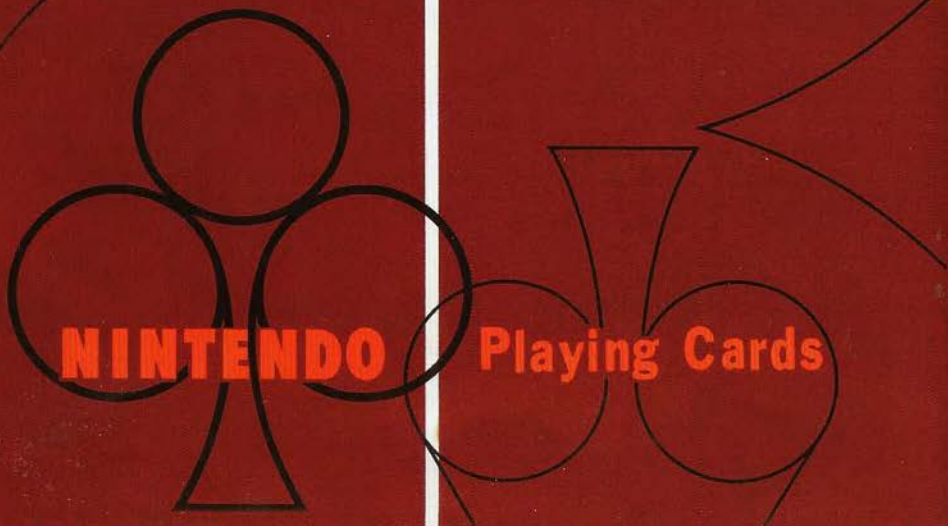
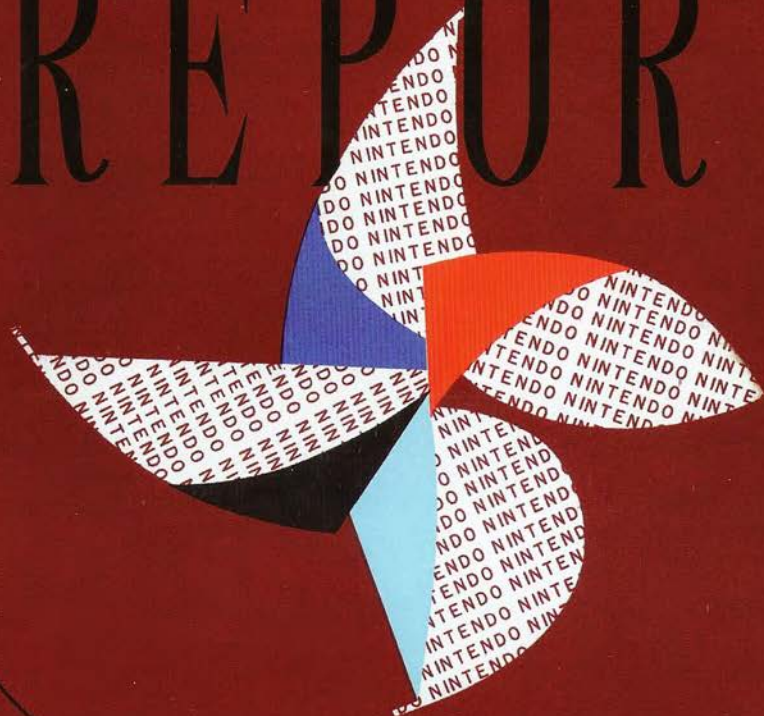
- Scene 1:** A man in a red and orange outfit riding a green airplane. Dice table: 3, 4, 6.
- Scene 2:** A man in a purple and green outfit riding a boat on a blue sea with fish. Dice table: 3, 4, 5.
- Scene 3:** A man in a purple and green outfit riding a brown horse. Dice table: 4, 7, 9.
- Scene 4:** A man in a brown outfit riding a brown horse, with a crab in the foreground. Dice table: 4, 7, 9.
- Scene 5:** A man in a purple and green outfit riding a brown horse, with a crab in the foreground. Dice table: 8, 9, 1.
- Scene 6:** A woman in a purple and green kimono standing in a bamboo forest. Dice table: 7, 9.
- Scene 7:** A man in a purple and green outfit riding a boat on a blue sea with a red flag. Dice table: 2, 6, 5.
- Scene 8:** A man in a purple and green outfit riding a brown horse, with a rabbit in the foreground. Dice table: 4, 9.
- Scene 9:** A man in a purple and green outfit riding a brown horse, with a rabbit in the foreground. Dice table: 3, 1, 1.
- Scene 10:** A man in a purple and green outfit riding a brown horse, with a rabbit in the foreground. Dice table: 1, 2.
- Scene 11:** A man in a purple and green outfit riding a brown horse, with a rabbit in the foreground. Dice table: 3, 4, 6.
- Scene 12:** A man in a purple and green outfit riding a brown horse, with a rabbit in the foreground. Dice table: 1, 2.

Central illustration: A man in a purple and green outfit riding a black dog. A large '六' (6) is in the center.

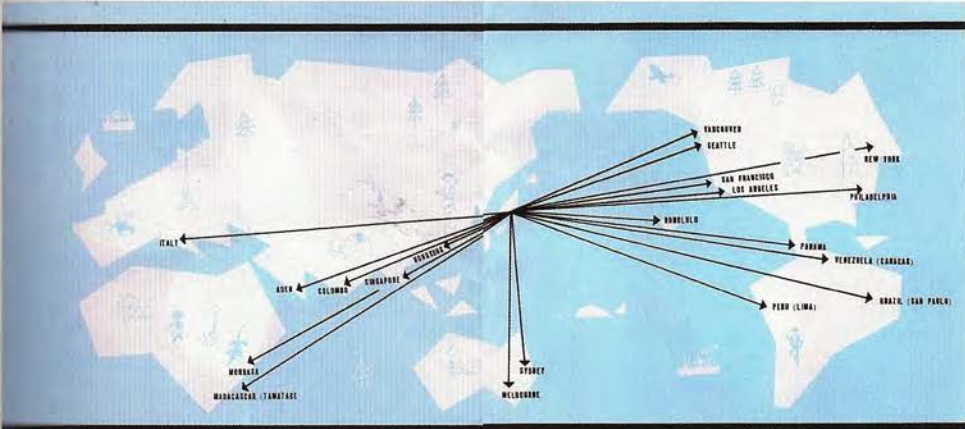
Text on the board: 祝 桃太郎 (Wishes for Momotaro), 出 (Go out), 休 (Rest).

En octubre de 1943, en plena guerra, Nintendo imprime un tablero de «Yonen Sugoroku», un juego de mesa japonés, con un fondo de cuentos tradicionales y propaganda nacionalista. De gran formato (60 × 80 cm), esta hoja se utiliza con un dado y varias fichas, como una especie de juego de la oca.

REPORT



En este folleto de presentación distribuido entre los principales clientes y socios de Nintendo a principios de los sesenta (poco antes de salir a bolsa), Hiroshi Yamauchi insiste en los excelentes resultados («fabricante número 1 en Japón, con más de la mitad del mercado»), las nuevas tecnologías empleadas («uso y manipulación del plástico») y las actividades de exportación a otros países, en plena expansión. En esa época, Nintendo cuenta con 423 empleados y va a empezar a crear juguetes, que también exportará. En el sector de las cartas, varios testimonios afirman que, en algunos casinos de Las Vegas, se utilizaron barajas de Nintendo hasta mediados de los ochenta.



当社の概要

○創 業 明治三十二年
 ○社 名 任天堂株式会社
 ○本社事務所 東京都港区
 ○代表者 取締役社長 山内溥
 ○資本金 三、〇〇万円
 ○定款 発行 額 六、六六六円
 ○支店 東京、大阪
 ○従業員 四二三名

当社は現在ある位置にたつたのは、昭和十三年、社長山内溥の理想として合資会社任天堂の創設からであり、その後の成長は、おもに「ポーカー」の増産によるものである。この「ポーカー」の増産は、おもに「ポーカー」の増産によるものである。この「ポーカー」の増産は、おもに「ポーカー」の増産によるものである。この「ポーカー」の増産は、おもに「ポーカー」の増産によるものである。

昭和十三年、社長山内溥の理想として合資会社任天堂の創設からであり、その後の成長は、おもに「ポーカー」の増産によるものである。この「ポーカー」の増産は、おもに「ポーカー」の増産によるものである。この「ポーカー」の増産は、おもに「ポーカー」の増産によるものである。この「ポーカー」の増産は、おもに「ポーカー」の増産によるものである。



La Historia de Nintendo

麻雀



アメリカンスタイル(大型)
樹脂製(164枚)



竹青製 アメリカンスタイル
(標準型) 樹脂製(164枚)



樹脂製(144枚)



青製(144枚)



ドミノ (樹脂製28枚)
モノトーン カラー
ツートーン カラー
スリートーン カラー



広告用ドミノのいろいろ



交際の友
(八ヶ花道具)

ポーカーチップ

樹脂製(二色)(100ヶ入)



チェス モザイク



中型 チェス



小型 チェス



ダイス

大型、小型(皮製)
構型(木製)



ルーレット

大型(銀木製)
小型(樹脂製盤)

ヌードトランプ

NUDE CARDS



表裏ではじめて54枚全部集った
上品なヌードトランプです

54セクタイズとカードゲームの一時きをお楽しみ下さい



花カード

HANA CARDS

従来の花札をトランプのようとした
高級品。111種なので興趣
派の若い愛好者好評を博して
います。



P.R.トランプ

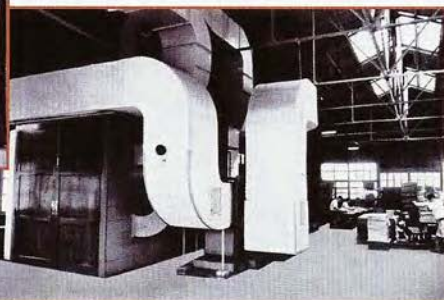
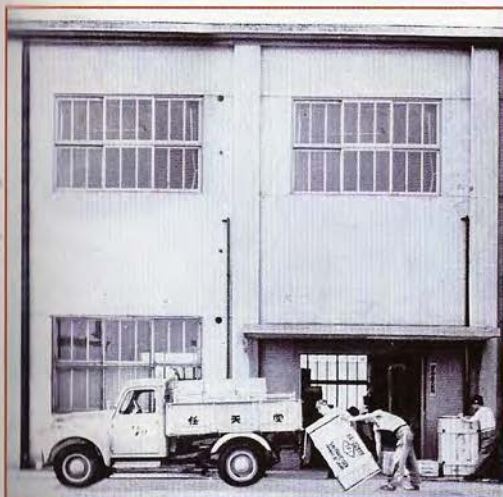
P R CARDS

美しいお洒落のうちに
貴社の会社や対外的な存在を
多くの方に知ってもらうの
新しいトランプです。
トランプに貴社のワークや製
品を飾りつけて販路の中間者
にアピールし、売上の拡大に
効果的な販路開拓に役立ちます
です。
任天堂オリジナルをぜひ御
利用下さい。

Extracto de un catálogo de Nintendo de principios de los sesenta. En esa época, la empresa ya ofrece y exporta juegos publicitarios (dominó, cartas). También promociona las Nude Cards, barajas con imágenes de jóvenes occidentales ligeras de ropa (con el eslogan «¡El primer modelo nacional con 54 ilustraciones diferentes!»).

Nintendo en los sesenta

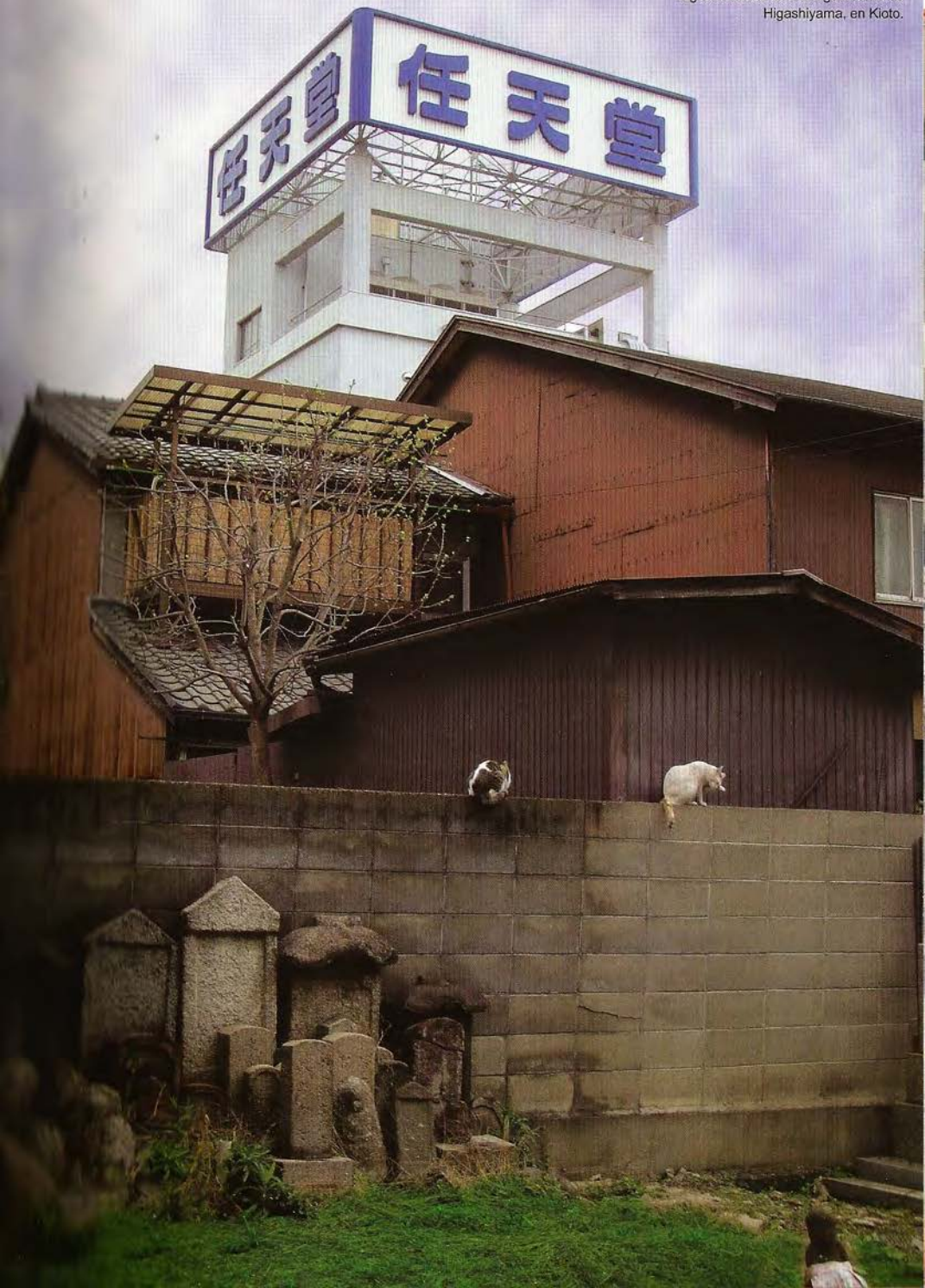
En esta página se presentan algunas de las pocas fotos de principios de los sesenta que existen de Nintendo. En ellas podemos descubrir las nuevas infraestructuras de Higashiyama: el laboratorio de investigación, las instalaciones de impresión y corte de las cartas, el impresionante secador e incluso el camión de reparto adornado con los tres ideogramas de la empresa. Además, es interesante observar que la caja que está a punto de cargarse en el camión se dirige a San Francisco, en Estados Unidos.



La actual sede de Nintendo, en Kioto.

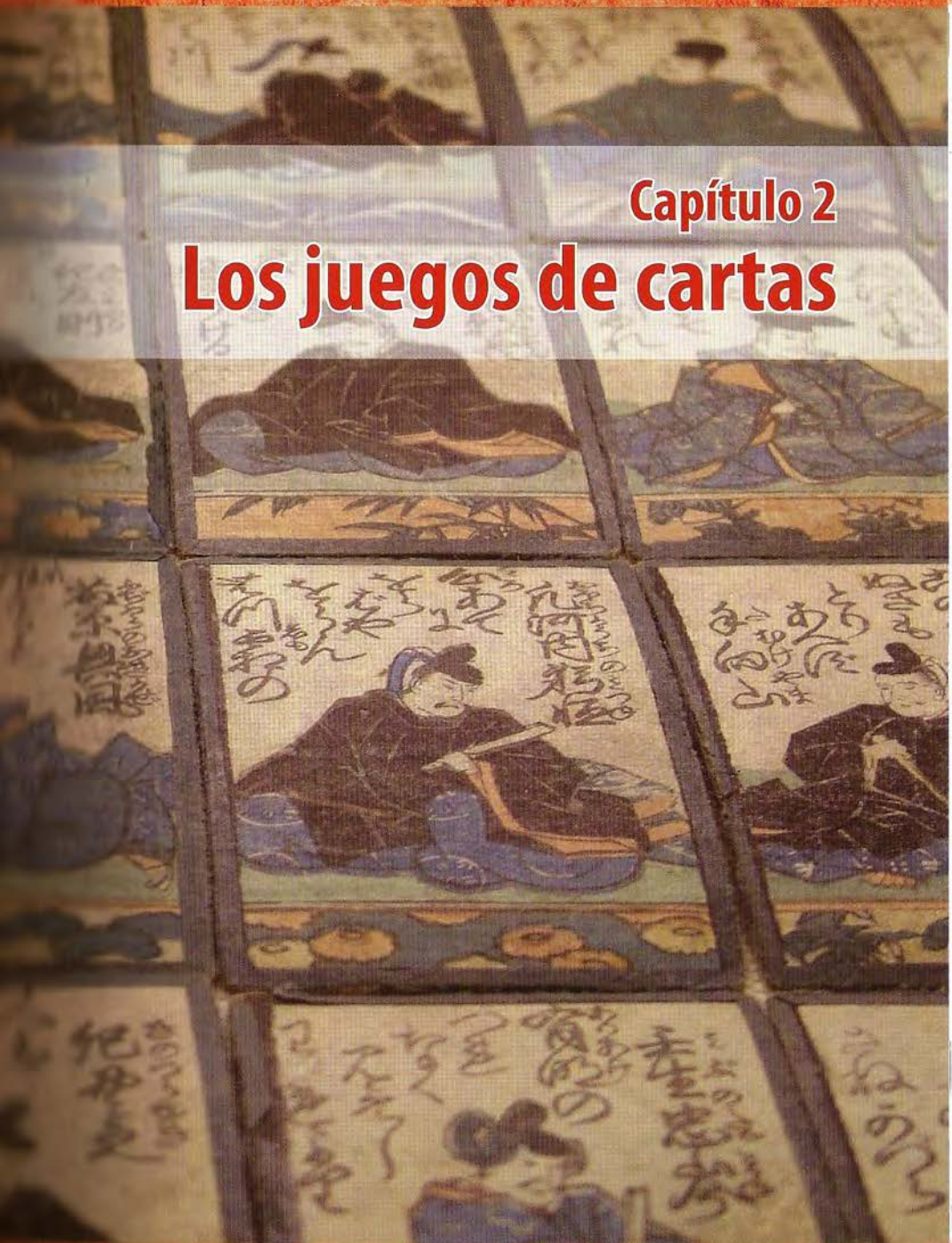


Aún hoy, el gran rótulo con los tres caracteres japoneses de Nintendo sigue dominando el antiguo barrio de Higashiyama, en Kioto.





Capítulo 2 Los juegos de cartas



Las cartas Hanafuda

Como hemos visto en las primeras páginas, las **Hanafuda**, literalmente «cartas de flores», son una variante de un juego portugués muy antiguo. La modificación del juego original surgió de la voluntad de algunos japoneses de eludir una prohibición del sogún. Aunque el principio de juego prácticamente no cambiara, los japoneses introdujeron ligeras variaciones en la organización de las cartas y modificaron las ilustraciones para que fueran más «locales». La baraja posee 48 naipes (4 familias de 12 cartas, una representación de los meses y las estaciones), y permite practicar un juego de azar donde hay que obtener las mejores combinaciones de cartas.

Existen varias formas de jugar, en función del número de participantes. El **Koi koi** es para dos jugadores, pero cuando haya más de dos se preferirá jugar al **Hana Awasé**. En Japón, con el paso de los años y siguiendo la cultura de cada región, fue surgiendo una impresionante variedad de **Chiho Fuda** (Hanafuda regionales, como las **Hachi Hachi Hana**, **Echigo Hana**, **Kohana**, **Oichokabu**, etc.).

Entre las variantes más importantes también encontramos las famosas **Kabufuda**, utilizadas sobre todo en la región de Kioto, que según varios especialistas se inspiran directamente en el principio de nuestras cartas occidentales (pero también adaptadas en el siglo XVII para evitar la susodicha prohibición del sogún). Curio-

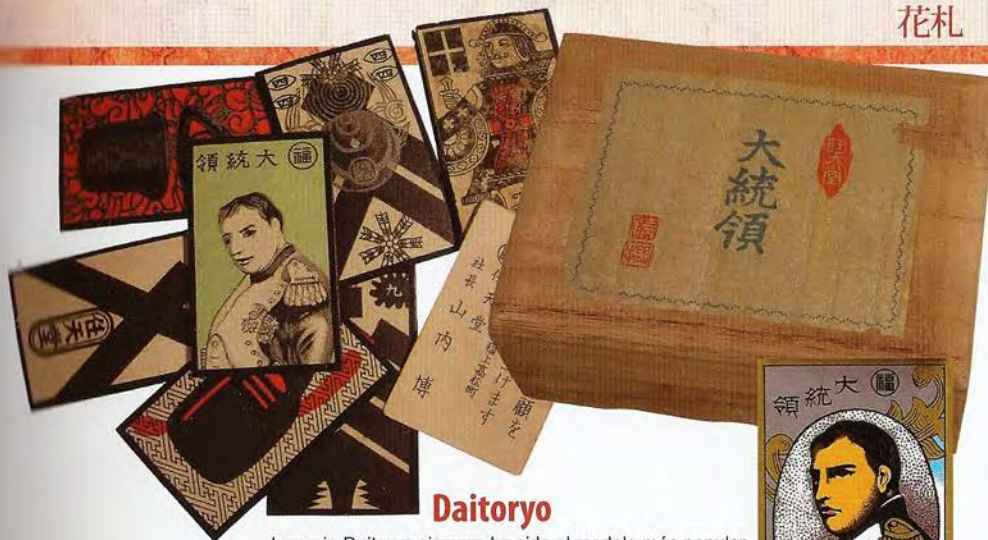
samente, Nintendo es el único fabricante que aún hoy sigue produciendo cartas kabufuda en Japón. Antiguamente elaboradas a mano, una a una, los modelos de Nintendo eran costosos pero muy pronto se extendieron por los hogares más ricos de todo Kioto.

Fue sobre todo su serie **Daitoryo** y su caja con el retrato de **Napoleón** lo que permitió a **Fusajiro Yamauchi** convertir su pequeña empresa en la preferida de los jugadores de Hanafuda.

Aunque en la actualidad Nintendo sea una empresa íntimamente ligada a la industria del videojuego, no ha renegado de sus orígenes, puesto que la compañía sigue produciendo varios tipos de Hanafuda regionales que pueden dividirse fácilmente en tres categorías de precios (es decir, de calidad): **Daitoryo**, **Tengu** y **Miyako no Hana**.



Placa de madera y hierro fundido usada para la impresión de las Hanafuda Nintendo a finales del s. XIX.



Daitoryo

La serie Daitoryo siempre ha sido el modelo más popular de todas las colecciones de Nintendo. Todavía se produce, aunque las cartas en papel grueso y las hermosas cajas de madera de paulownia hayan sido sustituidas por el plástico.



A finales del período Meiji, el emperador decide gravar los juegos de apuestas, por lo que todas las cajas están sujetas a un impuesto y llevan un sello que prueba que éste se ha pagado.



Kosai no Tomo



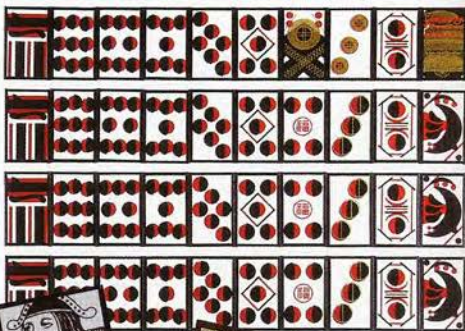
Literalmente «el amigo de la sociabilidad», el **Kosai no Tomo** consiste en un lujoso estuche que incluye un gran número de variantes de las barajas Hanafuda y varios juegos de sociedad que utilizan fichas. Los estuches, en general muy caros, se encuentran reservados a las familias más adineradas. Continuaron fabricándose hasta la década de los sesenta.

手役の種類と点数

- ① 三来(さんばん) 10点
同じ色の札が3枚あるとき。
※3枚そろいの札は自分の前に出して使えます。
- ② 赤(あか) 15点
原色の札が2枚あってほかが全部カス札のとき。
※カス札は自分の前に出して使えます。
- ③ 十一(いちじ) 20点
16枚札が1枚だけか全部カス札のとき。
※カス札全部を前に出して使えます。
- ④ 陣付(くつぎ) 20点
原色の札が2枚ずつ3組あるとき。
※陣付3組を前に出して使えます。
- ⑤ 手取(てし) 30点
同じ種類の札が4枚そろったとき。
※そろっている4枚を前に出して使えます。
- ⑥ 一・二回(いちにじ) 35点
同じ種類の札が1枚・2枚・4枚そろったとき。
※7枚全部を前に出して使えます。
- ⑦ 立三来(たてさんばん) 15点
黒・緑・赤・黄が3枚そろったとき。
原色の場合はカス札3枚に回る。 ※3枚使えます。
- ⑧ 立一(たないち) 20点
黒・緑・赤・黄が3枚そろったとき。
※カス札全部を前に出して使えます。
- ⑨ 立一(びかいち) 20点
20枚札は黒・1枚だけほかが全部カス札のとき。
※カス札全部を前に出して使えます。
- ⑩ 立黒(たてくろ) 25点
7枚全部がカス札のとき(黒札は全部カス)
※7枚全部を前に出して使えます。
- ⑪ 浮(うき) 30点
三来が1組と陣付が2組できたとき。
※7枚全部を前に出して使えます。
- ⑫ 陣三(しんさん) 50点
原色の三来がそろったとき。
※7枚全部を前に出して使えます。

出来役の種類と点数

- ① 赤冠(あかかん) 35点
社・舞・鼓の陣付がそろったとき。
- ② 青冠(あおかん) 35点
社・舞・紅軍の陣付がそろったとき。
- ③ 黒冠(くろかん) 35点
舞・紅軍・社員の陣付がそろったとき。
- ④ 7揃(ななたん) 50点
同じ色の種類の札が7枚そろったとき。
- ⑤ 冠八(そうはち) 50点
3人とも取札の合計が50点のときまたは他の2人から50点ずつもらえます。
- ⑥ 二八(にぱち) 50点
その国の取札の合計が100点以上のとき。
- ⑦ 四光(しこう) 50点
両陣付20枚札が4種類そろったとき。20枚札が6種類そろったとき。カス札が16枚そろったとき。
- ⑧ 五光(ごこう) 75点
カス札が19枚そろったとき。
- ⑨ 冠十六(くろじゅうろく) 50点
カス札が16枚そろったとき。
- ⑩ 冠十七(くろじゅうしち) 60点
カス札が17枚そろったとき。
- ⑪ 冠十八(くろじゅうはち) 75点
カス札が18枚そろったとき。
- ⑫ 冠十九(くろじゅうきゅう) 100点
カス札が19枚そろったとき。
- ※⑦ ⑧ ⑨ ⑩ ⑪ は両札全部がカスに計算されます。



Todavía hoy, todas las barajas Hanafuda vienen con un amplio impreso donde se presentan los nombres de las mejores combinaciones y su número de puntos.

El primer fabricante de Hanafuda...

Nintendo y Fusajiro Yamauchi recibieron de los distintos gobiernos imperiales innumerables condecoraciones y premios que recompensaban la calidad de los productos del artesano. En la actualidad, esas medallas todavía se exhiben en las cajas de las barajas Hanafuda de la marca.

頒受牌銅質等三會評品の聯合二五
頒受牌銅質少道會評品各贈工商本日大

頒受牌銅質少道會評品各贈工商本日大
頒受牌銅質少道會評品各贈工商本日大





Tengu

Las barajas Hanafuda en un principio se elaboraban de manera artesanal, siguiendo antiguos procesos de impresión. Por eso, no era extraño que las cartas difirieran unas de otras en calidad, en color. Hasta tal punto que los empleados de antaño clasificaban y reunían las cartas en distintas barajas, en función del acabado obtenido. Con las más bonitas se formaba la baraja vendida con el nombre de Daitoryo, mientras que las demás pasaban a formar parte de otras colecciones. La variedad de las Tengu (y, a la izquierda, de las Kintengu) reúne modelos de una calidad menos lograda, pero el precio de venta tenía en cuenta esas diferencias.



Las cajas de Hanafuda son un perfecto testimonio de la evolución de la empresa. En las tres ilustraciones que pueden verse sobre estas líneas encontramos (de izquierda a derecha): un modelo vendido con el primer nombre «legal» de la compañía, **Yamachi Nintendo**, otro de **Nintendo Koppai** y, por último, una caja de la actual **Nintendo Co., Ltd.** La marca **Marufuku** (el círculo que rodea el ideograma) siempre está presente.

□ ¿Y hoy en día?

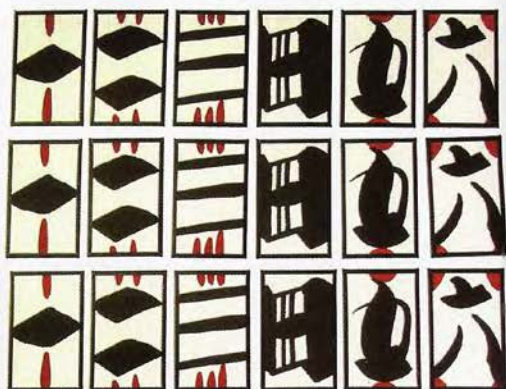
En la actualidad, sigue siendo posible conseguir barajas nuevas de Hanafuda en Japón, pero Nintendo ya solamente produce tres modelos estándar: **Daitoryo** (con el retrato de Napoleón), **Tengu** (el anciano de nariz alargada y cara rojiza) y **Miyako no Hana** («flores de la capital»). Disponibles en todas las secciones de juegos de los grandes almacenes, en las tiendas especializadas e incluso en algunos pequeños comercios de barrio, estas versiones han conservado las mismas ilustraciones que las originales, aunque las cajas y las cartas ahora son de plástico.

En realidad, lo único que diferencia a estos tres modelos es la calidad de las cajas y las cartas, una diferencia que determina que las **Daitoryo** (2.000 yenes) sean más lujosas que las **Miyako no Hana** (1.000 yenes), por lo que también son más caras. Las Tengu (1.500 yenes) constituyen un buen término medio por su relación calidad/precio.



Selección de Hanafuda Nintendo

En esta doble página se presentan ejemplos de Hanafuda regionales. Como los juegos de cartas actuales, las ilustraciones no son siempre exactamente las mismas y pueden adaptarse en función de los gustos y las épocas. En la página de la derecha también puede observarse una muestra de las distintas ilustraciones de las cajas a lo largo de la historia de Nintendo.



Estos modelos llamados Daiji, normalmente utilizados en las regiones de Shikoku o Kyushu, se reconocen fácilmente por sus ilustraciones, muy vanguardistas.



Dentro las variantes regionales también podemos destacar las Echigo Hana. Utilizadas esencialmente en la región de Niigata, estas cartas se caracterizan por estar adornadas con poemas caligráficos. En ese sentido, se parecen un poco a las cartas del Hyakunin Isshu.

Las Karuta Nintendo

Los japoneses descubren las primeras barajas occidentales a finales del siglo XVI gracias a los navíos mercantes portugueses. Para nombrarlas, la población del archipiélago simplemente mantendrá el nombre original, *carta*, que acabará pronunciando *karuta*. Aunque las reglas de los juegos europeos de esa época prácticamente ya no tengan nada que ver con las actuales, los japoneses conservarán ese término genérico para referirse a toda una serie de juegos locales que utilizan cartas de madera o papel (en un primer momento, los nobles jugaban a juegos de memorizar parejas con conchas pintadas). Hoy en día, siguen existiendo dos grandes familias de **karuta**: las **Iroha-garuta** y las **Uta-garuta**.



Karuta para memorizar los principales nombres de animales.

Las reglas del Iroha-garuta

El Iroha-garuta se juega con un mínimo de 3 jugadores y una baraja formada por dos mazos de 48 cartas. Uno de los jugadores es el lector, y se queda con las 48 cartas «yomifuda» (cartas de lectura), mientras que los otros dos, de rodillas en el tatami, se colocan frente a las 48 «torifuda» (cartas para atrapar). Antes de empezar una partida, se deben extender por el suelo todas las torifuda, que tendrán que ser perfectamente visibles para todos los participantes. Las karuta del suelo se encuentran ilustradas con profusión y llevan anotadas en una esquina una de las sílabas del japonés. A continuación, el lector elige una yomifuda al azar y recita en voz alta el contenido del texto. Al mismo tiempo, los jugadores deben encontrar lo más rápidamente posible la carta que corresponde a la primera sílaba pronunciada por el lector. La partida se termina cuando no queda ninguna carta en el suelo, y el ganador es el jugador que haya recuperado el mayor número de cartas.

A lo largo de la historia, las karuta han sido consideradas como una excelente herramienta para que los niños aprendan a leer los primeros silabarios de su lengua, por lo que el Iroha-garuta casi siempre se ha practicado con fines educativos. Además, los fabricantes de karuta, animados por los distintos gobiernos, aprovechan las famosas yomifuda para escribir en ellas una amplia variedad de refranes, proverbios, léxicos y otras enseñanzas relacionadas con la moral.

Después de varias partidas, los niños suelen acabar aprendiendo de memoria el contenido de las cartas. Nintendo, por ejemplo, ha propuesto varias decenas de variedades de karuta, y aquí presentamos las principales.



Iroha-garuta que retoma los célebres proverbios moralizantes del período Edo. Se distinguen las cartas para recitar y las que hay que atrapar. En una de ellas debe leerse, a través de la imagen: «El perro que se toma demasiadas libertades acaba recibiendo bastonazos.»

Antiguas ilustraciones de karuta de principios del siglo XX.



Las iroha-garuta también juegan enormemente con la rica cultura regional de Japón, ya que se ofrecen versiones locales (aquí, Kioto).



Para conquistar a los niños, los modelos de los años 60-70 proponen temas que reflejan sus intereses. Aquí, **Norimono Karuta** (los transportes) y **Nazo Karuta** (adivanzas).



La serie Shogaku está orientada a los escolares. Existe una versión para cada curso de la educación primaria.

Los cuentos en karuta

Las karuta más populares de Nintendo se inspiran en los cuentos y leyendas. Una de las series más famosas es la «Manga Nippon Mukashi Banashi» (antiguos cuentos japoneses), licencia basada en el dibujo animado epónimo.



Karuta basada en fábulas occidentales, sobre todo de La Fontaine.



Karuta con contenido moralizante basada en la serie Ikkyyu San, el joven monje.



Las cartas Hyakunin Isshu



Modelo de la serie Heian de finales del siglo XIX.

Como hemos visto, además de las Hanafuda, existen dos grandes familias de **karuta** japonesas, las Iroha-garuta (ver pág. 56) y las Uta-garuta, cuyo nombre se compone de la palabra «uta» (que significa «poema cantado») y de una derivada de karuta. Sin embargo, hoy en día es más frecuente llamarlas **Hyakunin Isshu** (y **Ogura Hyakunin Isshu**).

Aunque el principio de juego de las Iroha-garuta consistente en atrapar antes que los demás jugadores la carta enunciada por un lector es idéntico, la práctica del Hyakunin Isshu requiere unos conocimientos literarios mínimos. Esta variante lúdico-poética se basa en la famosa antología de poemas clásicos japoneses titulada *Hyakunin Isshu* (que literalmente significa «una antología de cien poetas»), compilada en la Edad Media por Fujiwara no Sadaie (que vivió en las montañas de **Ogura** en Kioto entre 1162 y 1241). Pese a que, en un primer momento, sólo tienen la oportunidad de acceder a la cultura y a este juego extrema-

damente costoso las familias de la aristocracia, el periodo Edo y los progresos en las técnicas de imprenta permitieron que la mayor parte de la población pudiera jugar a un menor coste. El juego, por consiguiente, no consiste en encontrar proverbios infantiles o nombres de animales, sino poemas antiguos.

En las **yomifuda** del lector se encuentran escritas las 100 poesías. En cuanto el lector comienza a recitar las primeras sílabas de un poema escogido al azar, los demás jugadores deben encontrar rápidamente la carta del suelo que contiene los últimos versos de la obra. Por lo tanto, saberse de memoria los 100 *waka* (poemas japoneses de 5 versos con 5-7-5-7-7 sílabas) y tener una buena memoria visual y unos buenos reflejos son cualidades fundamentales para poder ganar. El juego es tan popular que muy pronto se funda una federación japonesa, que en 1904 establece por fin una normativa única para la organización de campeonatos nacionales. En la actualidad, esta actividad suele seguir practicándose de manera tradicional durante las festividades de año nuevo.





Hyakunin Isshu de finales del siglo XIX.



Las 200 cartas de esta baraja de Nintendo son de papel recubierto de oro puro (99,9%). El que desee comprarla deberá pagar la friolera de 800.000 yenes.

También en algunas escuelas, las clases de letras de la enseñanza secundaria obligatoria preconizan el aprendizaje de estos 100 poemas únicos en la historia de la literatura japonesa.

Aunque hoy resulta casi imposible saber cuántos modelos de Hyakunin Isshu salieron de las fábricas de Nintendo desde finales del siglo XIX, cabe señalar que la firma de Kioto sigue produciendo unas quince series de una calidad y unos precios muy variados (desde los 1.500 yenes para la baraja básica hasta los 800.000 yenes para un juego lujoso de oro fino). Asimismo, podemos comentar que Hiroshi Yamauchi, gran amante de este juego, donó 2.100 millones de yenes para la creación e inauguración, el 26 de enero de 2006, de un museo del Hyakunin Isshu en Kioto (en el hermoso barrio de Arashiyama): Shigureden. Además, un juego para la Nintendo DS con el mismo nombre salió al mercado poco después de la inauguración del establecimiento, desarrollado por la compañía.



A la izquierda, una carta **torifuda**, y a la derecha una **yomifuda**. Por lo tanto, se lee la que tiene la ilustración, y la otra debe ser atrapada.

El *waka* de la derecha dice lo siguiente:

*Esta noche de verano
ha parecido sólo una tarde
pero ya llega el alba.
¿Tras qué nube
se esconde la Luna?*



Algunas series, como esta versión de **maioji** («el abanico danzante»), proponen jugar al Hyakunin Isshu con «tejas» de madera donde el texto ha sido elaborado por grandes maestros de la caligrafía. Antiguamente, las cartas de papel eran un producto costoso, por lo que los habitantes de la provincia de Hokkaido tuvieron la idea de recuperar pequeños trozos de madera de los edificios o de las construcciones de barcos para jugar.

Las reglas de esta región también son distintas, ya que su Hyakunin Isshu admite un máximo de 6 jugadores y cada poema empieza a leerse por el último verso.

Hyakunin Isshu

Modelo de principios del siglo XX, en su caja de madera de paulownia.



Este modelo de Nintendo de la izquierda, llamado **Hyakunin Isshu Patriótico** y elaborado en 1942, es un testigo de la historia de Japón durante la Segunda Guerra Mundial. Durante ese periodo, los fabricantes se ven obligados a sustituir los 100 poemas clásicos por otras 100 obras de corte nacionalista. Estas cartas, compiladas por **Nobutsuna Sasaki** y aprobadas por los distintos ministerios de guerra del país, pretenden acrecentar el patriotismo y el espíritu de lucha de los japoneses. Estas versiones también se utilizarán en los concursos.



Esta caja de juego Yamauchi Nintendo, con más de un siglo de antigüedad, indica que las cartas están aprobadas para las partidas oficiales de los distintos concursos organizados por la federación japonesa. En estos modelos oficiales, las ilustraciones no están autorizadas.



El primer reglamento oficial para los torneos, que data de 1904.



Torneo de Hyakunin Isshu en Tokio en los primeros años del s. XX.



Si la versión tradicional de Hyakunin Isshu a veces recibe el nombre de **Ogura Hyakunin Isshu** es para diferenciarla de las versiones paródicas. Como esta baraja **Mubeyama Karuta** (principios del s. XX) que incluye un comodín (la carta roja) y 100 ilustraciones satíricas que se inspiran en los poemas.

Todavía hoy pueden comprarse más de quince modelos distintos con el sello de Nintendo. Los precios varían en función de la calidad de las cartas, el papel y las ilustraciones. Además, las versiones más recientes también incluyen un CD o cassetes con voces grabadas leyendo los poemas.



Modelo Takasago de mediados del s. XX con su caja de papel tisú.



□ Shigureden, un museo íntimamente ligado a Nintendo 時雨殿

A finales de enero de 2006 abrió sus puertas Shigureden, el primer museo enteramente dedicado a los juegos Hyakunin Isshu, en el barrio de Arashiyama de Kioto. Financiado gracias a una donación de Hiroshi Yamauchi y parcialmente desarrollado en colaboración con los ingenieros de Nintendo (**Shigeru Miyamoto** supervisó el proyecto), Shigureden merece una visita por sus originales atracciones. De hecho, existe un juego del mismo nombre para la Nintendo DS.



Los juegos de cartas Nintendo



Como ya hemos relatado en la historia presentada en las páginas anteriores, realmente hay que esperar hasta la segunda mitad de la década de 1910 para que los juegos de cartas occidentales (*trumps*) cosechen el éxito esperado entre los adultos y las salas de juego japonesas. La primera baraja elaborada en Japón saldrá de la fábrica de Nintendo. Una réplica de ese modelo se encuentra expuesta en el Museo de los Juegos de Cartas de **Miiké**, en la prefectura de **Fukuoka**. A este respecto, es interesante señalar que Nintendo no posee ninguno de sus tres antiguos modelos y que ese famoso ejemplar fue encontrado en Estados Unidos en 1997. De ese descubrimiento, histórico para la compañía, llegó a hacerse eco incluso la prensa japonesa que, tras llevar a cabo algunas investigaciones, permitió aprender

un poco más sobre el pasado de Nintendo. Para fabricar sus juegos de cartas, Fusajiro Yamauchi parece haber importado máquinas directamente desde Estados Unidos. Una pequeña curiosidad es que los primeros modelos japoneses de trumps contienen errores de impresión, ¡en las dos esquinas del tres de tréboles se imprimieron picas en lugar de tréboles!

Cada baraja va acompañada de un estuche doble que puede encajarse por los lados, con un aspecto muy lujoso (de cartón, tapizado con una fina capa de papel pegado y grabado).

Estas barajas occidentales acabarán imponiéndose en todos los hogares del país solamente a partir de 1953, tras varias acertadas iniciativas promocionales de Hiroshi Yamauchi. En Japón, Nintendo logra fabricar las primeras barajas de naipes de plástico, una tecnología que requerirá muchos meses de investigación, ya que hasta ese momento las máquinas de Nintendo no permitían imprimir sobre plástico. La tinta no se absorbe tan bien como sobre el papel y presenta grandes dificultades para secarse sin correrse.

Pese a ello, tras múltiples intentos, pruebas y cambios en los aparatos, la empresa puede por fin plantearse una producción a gran escala. Gracias a las características de esas nuevas materias, las cartas permiten más usos sin temor a que se ensucien, se doblen o se estropeen. Aunque se propongan a un precio ligeramente más elevado que el de los modelos de papel, las series «All Plastic» se venden como rosquillas.

Sin embargo, Hiroshi Yamauchi sabe que puede llegar más lejos y que quedan nuevos mercados por explorar. En esa época, el pasatiempo se asocia sobre todo a los adultos y las apuestas, pero el presidente de Nintendo tiene en mente seducir a un nuevo público: ¡los niños!

A través de la adquisición de licencias muy populares entre los jóvenes japoneses, Yamauchi decora el dorso de sus cartas con ilustraciones de los héroes de dibujos animados. En ese aspecto, la mejor jugada de Nintendo será la comercialización a partir de 1959 de versiones con la imagen de los per-



Réplica de la primera serie de barajas occidentales de Nintendo.

sonajes de Disney, que permitirá a la compañía dejar fuera de combate a todos sus competidores. Es en esa época cuando aparecen los primeros grandes héroes de dibujos animados o mangas, como **Atom Boy** o **Tetsujin N28**.

Al dirigirse a los más pequeños, Nintendo también cobra conciencia de un nuevo fenómeno de marketing. Si, antiguamente, cada hogar tenía una única baraja perteneciente a toda la familia, los nuevos diseños pensados para los niños provocan una demanda inesperada: las decenas de modelos diferentes alimentan la tendencia natural de los jóvenes a querer coleccionar. Además, cuando en una casa hay varios niños, cada uno de ellos desea tener su propio ejemplar. Por lo tanto, se convierte en algo normal ver innumerables barajas en cada casa.

De hecho, la demanda es tan importante que la firma de Kioto se ve obligada a revisar su sistema de distribución. Hasta entonces, sólo distribuían los juegos Nintendo los estancieros, pero a partir de ese momento también se contará con las jugueterías, los grandes almacenes y las numerosas papelerías de barrio y otras tiendas de baratijas que abundan en el Japón de los años sesenta. Hoy, siguen produciéndose cartas (incluidas las **karuta** y otras **Hanafuda**). Aunque ya sólo representan una parte microscópica de los ingresos de la multinacional, los juegos siguen imprimiéndose

y cortándose en la fábrica del barrio de Uji, en Kioto. Nintendo además ofrece a empresas, asociaciones o particulares la realización de ejemplares publicitarios o para acontecimientos especiales. ¡El total de la producción general de la sección «juegos de cartas» a veces llega a alcanzar (en función de la demanda) los 15.000 juegos fabricados al día! Desde 2005, Nintendo también produce juegos de oro con una pureza del 99,9%, que vende a 420.000 yenes.

Guarantee

Should there be a defect in this pack we shall be pleased to replace it, if you will return it, unused, either to the merchant from whom you purchased it, or direct.

NINTENDO PLAYING CARD CO.

This Card may be used as an
EXTRA JOKER

Todas las barajas de Nintendo incluyen una *guarantee card* redactada en un inglés a veces bastante aproximativo...



□ El muestrario de Nintendo

Cuando los representantes de Nintendo encargados de encontrar nuevos socios para distribuir las cartas de la empresa entran en una tienda, suelen presentar y ofrecer al administrador un catálogo con los últimos modelos realizados, así como una selección de las distintas colecciones disponibles. Esos muestrarios, hoy en día una auténtica rareza, constituyen el Santo Grial para todos los coleccionistas de cartas Nintendo.



□ La enigmática etiqueta

En la mayoría de los antiguos juegos de cartas o Hanafuda de Nintendo nunca utilizados, se observan unas etiquetas que parecen sellos. En realidad, son timbres impuestos por el gobierno japonés a partir de 1902 para demostrar el pago de la «Karuta Zei», la tasa aplicable a las karuta y las Hanafuda. Esa tasa, que se inspiró en el impuesto inglés aplicable a los juegos de apuestas y azar, es uno de los medios establecidos por el gobierno Meiji para ayudar a consolidar el arsenal militar del país (Rusia y Japón entran en guerra en 1904). Por lo tanto, se gravan las Hanafuda y otros juegos de mahjong (con una tasa de una media de 60 yenes para una baraja de papel). En 1957, esa tasa engloba también las trumps occidentales y se convierte en la «toranpu rui zei». Terminará desapareciendo en el año 1989, cuando el archipiélago aprueba un sistema equivalente al del IVA. En la actualidad, los timbres fiscales han sido sustituidos por una pegatina de Nintendo.



Diferentes formatos

A lo largo de los años y de los cambios en las costumbres, el formato de las cartas de Nintendo ha vivido varias transformaciones.

Los primeros modelos solían ser bastante pequeños, pero con los años fueron creciendo.

En la foto, el modelo híbrido trump/Hanafuda mide 6,4 cm x 4,4 cm, mientras que algunos juegos actuales son de 8,9 cm x 5,8 cm. Además de esos formatos clásicos, las fábricas también han

producido algunos modelos originales, como cartas redondas o cuadradas (ver pág. 67). En la actualidad, sólo existen dos formatos de barajas Nintendo, cuyas dimensiones respetan los tamaños reglamentarios oficiales para el bridge (8,9 cm x 5,8 cm) y para el póquer (8,9 cm x 6,3 cm).



La colección de grandes cartas Young Men Trump (10 cm) «totalmente de plástico» disfrutó de publicidad en televisión. En un anuncio de 40 segundos, vemos a un grupo de jóvenes de varias nacionalidades jugando a las cartas. Parece que algo importante está en juego, pues las mujeres incluso se atreven a mirar a los hombres a los ojos para conocer sus cartas.



Nintendo Playing Guide

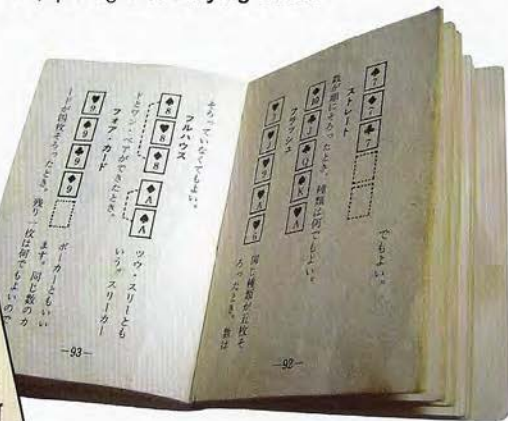


Algunos juegos de la colección PG se presentaban como un set, en cajas de plástico.



El célebre as de picas de Nintendo.

Con el fin de impulsar las ventas de cartas a partir de 1964, Nintendo decide ofrecer con cada baraja un librito que recoge algunas variantes lúdicas. En esa guía se explican, por ejemplo, las mejores combinaciones en el póquer, el black jack o el bridge, además de distintos trucos de magia. Los libritos a veces pueden alcanzar un grosor de dos centímetros (en función de los modelos y los precios), y se distribuyen con la colección de cartas PG, que significa **Playing Guide**.



Juegos de cartas

Serie Ehon Trump



Una de las series de cartas más populares entre los niños será la de **Ehon Trump**, con sus cajas en forma de televisores. Ehon significa «libro de imágenes» y cada carta propone una ilustración diferente y un texto relacionado con la acción, por lo que la baraja permite jugar inventando historias. Esta colección adaptará numerosas licencias bastante exitosas: **Ultra-man**, **Mickey**, **Naruheso-Kun**, **Obake no Q-Taro**, etc.

Precio: 480 yenes



Las cartas publicitarias de Nintendo

Hoy en día, todavía se pueden realizar pedidos a Nintendo para que diseñe y produzca cartas publicitarias. En otros tiempos, las grandes marcas japonesas (**Japan Air Line**, **Toshiba**, **Sharp**, etc.) y algunas extranjeras (**Johnnie Walker**, **SEB**) encargaron a Nintendo que editara cartas para sus campañas de promoción. También existen ejemplares publicitarios de lugares turísticos o incluso balnearios. El logotipo de Nintendo suele situarse en el as de picas o en el estuche de la baraja.





Algunas barajas (en especial los famosos modelos número 87) ofrecen cartas híbridas para jugar. Por ejemplo, con estas trumps dos en uno, puede jugarse tanto a una variante de Hanafuda Daitoryo como a juegos occidentales. A veces, también reciben el nombre de Oriental Napoleon.

Aunque hoy sabemos que Nintendo produjo varios miles de modelos con motivos diferentes, resulta curioso constatar que las primeras series producidas estaban numeradas, por lo que es más fácil catalogarlas. La numeración de las cajas, sin embargo, parece detenerse a partir de los modelos 400, y sólo vuelve a aparecer en números simbólicos como el 660, el 777 o el 888.



Los juegos de tamaño tradicional son los más conocidos, pero Nintendo también trató de innovar produciendo formatos originales. Por ejemplo, se pueden encontrar cartas cuadradas, redondas, con dimensiones liliputienses, transparentes (*crystal trump*) o en forma de llavero. Sin embargo, esas variedades únicamente se ofrecieron para explotar licencias de personajes populares como **Hello Kitty**, **My Melody**, **Patty & Jimmy** o **Sato Chan**, e ilustraciones de artistas célebres.



Nintendo y las cartas de magia

サンヨーマジックシリーズ
柔いトランプ作品



Los juegos de cartas normalmente se asocian al ocio, a los juegos de apuestas y a la magia. Por eso, Nintendo no tardó en ofrecer modelos dedicados al ilusionismo: cartas marcadas, trucadas o acompañadas de diversos accesorios. Algunas series producidas durante la primera mitad de la década de los ochenta llegarán incluso a realizarse en colaboración con **Tenyo**, el fabricante líder del mercado japonés en el sector de la magia para el gran público, que se encargará de proponer guías para que los niños puedan hacer trucos sencillos. Otros juegos, llamados **Uranaí Series**, permiten dedicarse a la cartomancia y echar la buenaventura a los amigos. Cada estuche también va acompañado de una guía donde se presentan las bases del arte adivinatorio.



La Miracle Box (izqda.) y el Rising Trump (dcha.) permiten que salga o aparezca por arte de magia la carta escogida por el público.

Este juego de adivinación permite predecir el futuro sentimental.

Publicidad en TV

Las cartas vendidas con un truco de magia también se anunciaron en televisión. Abajo, un anuncio para Katamé no Jack (Jack el tuerto), que permitía hacer un truco con un pañuelo. Precio: 600 yenes.



ハンカチつき ¥600

Charmant Trump

Vendido a 1.000 yenes a partir de 1975, el título de este juego de un nuevo tipo incluye una palabra francesa: charmant (encantador). En realidad, se trata de un simple juego de cartas, pero con motivos que permiten realizar magníficos efectos de color cuando forman un abanico. Pese a presentar un interés lúdico más que limitado, esta serie ofrece excelentes posibilidades para que los aprendices de mago puedan sorprender a su público. Además, una guía de 128 páginas (20 en color) presenta numerosas técnicas para conseguir varios trucos y manipulaciones que causen impresión. Se conocen tres modelos de esta serie: dos con una medalla y uno con la imagen de un jugador de fútbol americano.

Publicidad en TV

En la publicidad del Charmant Trump, una joven que domina perfectamente los gestos de la cartomancia muestra los distintos efectos y variaciones de colores.



Maho no Trump/Miracle Trump

Comercializado en 1970 a un precio de 1.000 yenes, el juego **Maho no Trump** (cartas mágicas) venía con un par de gafas con cristales de plástico azul. El dorso de las cartas estaba impreso de tal forma que una inscripción casi invisible a simple vista apareciera al ponerse las gafas. Al ponerse el accesorio, el niño podía adivinar el valor y el palo de las cartas en manos de su rival.



El set **Maho no Trump** también conoció una segunda variante, con otro nombre: **Miracle Trump**. Si las cartas son idénticas a las de la antigua versión, las gafas del Miracle Trump no son blancas sino negras. También existía otra versión presentada en una caja roja.

Las Licencias

Aunque Popeye sea una de las licencias más representadas en Nintendo en los años sesenta y setenta, otros emblemas de la animación o héroes japoneses también tuvieron derecho a una adaptación en productos derivados.



Serie Naruheso-Kun



Serie Stop! Nii Chan



Serie Uchu Ace



Serie Ultra Seven



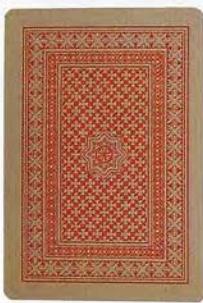
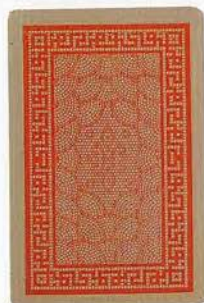
Personajes del célebre ilustrador Ko Kojima utilizados por la marca de sake Kizakura.

Cartas de la serie «Arte/viajes/animales»

Sin duda más elegantes, las cartas presentadas a continuación estaban destinadas sobre todo a los adultos. Los temas abordados son ricos y variados: el arte, los viajes, las tradiciones, los animales, etc.



Cartas de la serie «Arte/viajes/animales»



Cartas Clásicas



¿Y hoy en día?



Aunque Nintendo ya no esté tan presente como antes en el sector de los juegos de cartas, pocos saben que la firma de Kioto sigue produciendo cartas de plástico en su fábrica de Uji. Las distintas series se encuentran reunidas bajo la apelación **NAP** (Nintendo All Plastic). Aunque casi todos los modelos proponen diseños llenos de color pero impersonales, otros todavía presentan personajes de licencias conocidas. **Snoopy** es uno de los héroes emblemáticos más solicitados, aunque las que generan mayor demanda son sobre todo las cartas de grandes figuras de Nintendo, que no suelen venderse sino regalarse con ocasión de los lanzamientos de videojuegos de la marca.



Juegos de cartas Disney



En 1959, Nintendo logra firmar un contrato que, en sólo unos meses, le permitirá hacerse con el 80% del mercado de los juegos de cartas de Japón. Ese contrato es una licencia de explotación y de derechos sobre los personajes de **Walt Disney**.

La empresa venderá millones de unidades de estas series, que contarán con más de 100 modelos. A principios de los años sesenta, no es extraño ver niños coleccionando los juegos de **Mickey**, **Donald** o **Peter Pan**. El *copyright* de Walt Disney Productions suele encontrarse estampado en los **Jokers**, mientras que el célebre logotipo de **Nintendo Playing Cards Co.** siempre se sitúa en el as de picas.

Gracias a estos acuerdos, Nintendo conseguirá cotizar en la bolsa de Kioto y en el segundo mercado de la de Osaka a partir de febrero de 1962.



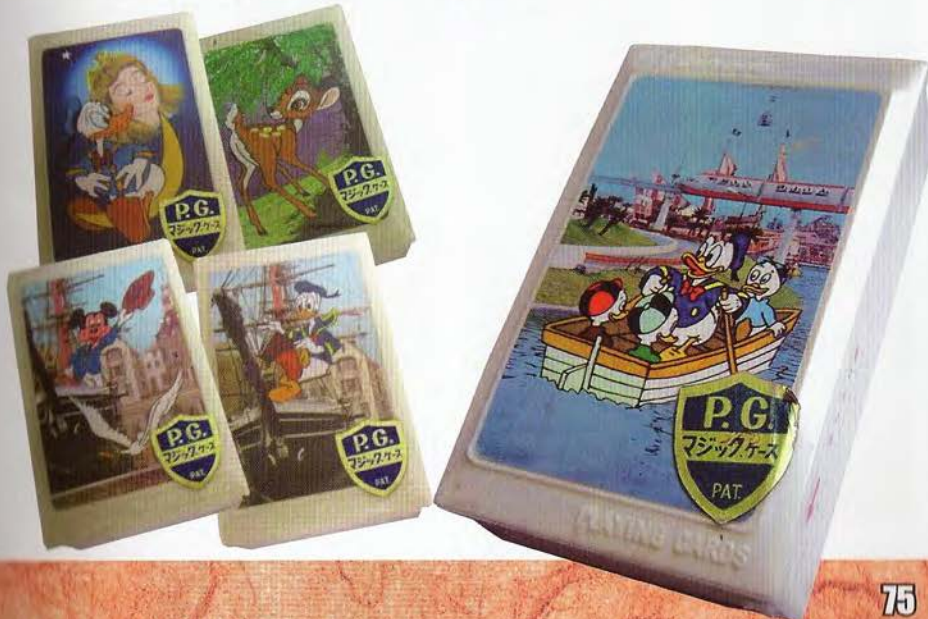
Además del timbre fiscal, los nuevos juegos presentan una segunda pegatina con el sello oficial de Walt Disney Productions.



A mediados de los sesenta, algunos modelos empiezan a presentarse en lujosos estuches, con ilustraciones en relieve.



Cuando las barajas de Disney empiezan a decaer, Nintendo trata de impulsar sus ventas incluyendo también guías de juego (Playing Guides). Abajo, cinco ejemplares de la serie P.G. Magic Case.



Selección de Cartas de Disney/Nintendo



Selección de Cartas de Disney/Nintendo





PLAYING CARDS



NAP 1082 ¥1,000



NAP 1081 ¥1,000



NAP 1080 ¥1,000



NAP 1063 ¥1,000



NAP 1064 ¥1,000



NAP 1065 ¥1,000



NAP 1084 ¥1,000



NAP 1083 ¥1,000



NAP 1082 ¥1,000



NAP 1081 ¥1,000



NAP 807 ¥800



NAP 808 ¥800



NAP 809 ¥800



NAP 810 ¥800



NAP 811 ¥800



NAP 833 ¥800



NAP 834 ¥800



NAP 835 ¥800



NAP 836 ¥800



NAP 837 ¥800



NAP 838 ¥800



NAP 82 ¥800



NAP 83 ¥800



NAP 84 ¥800



NAP 85 ¥800



NAP 86 ¥800



NAP 87 ¥800



NAP 104 ¥1,200



NAP 105 ¥1,200



NAP 106 ¥1,200



NAP 107 ¥1,200



NAP 108 ¥1,200



NAP 109 ¥1,200



NAP 101 ¥1,000



NAP 102 ¥1,000



NAP 103 ¥1,000



NAP 104 ¥1,000



NAP 105 ¥1,000



NAP 106 ¥1,000



NAP 101 ¥1,000



NAP 102 ¥1,000



NAP 103 ¥1,000



NAP 104 ¥1,000



NAP 105 ¥1,000



NAP 106 ¥1,000



NAP 107 ¥1,000



NAP 108 ¥1,000



NAP 109 ¥1,000



NAP 110 ¥1,000



NAP 111 ¥1,000



NAP 112 ¥1,000



Nintendo



NAP 701 ¥700



NAP 84 ¥800



NAP 843 ¥800



NAP 1062 ¥1,000



NAP 1061 ¥1,000



NAP 1060 ¥1,000



NAP 710 ¥700



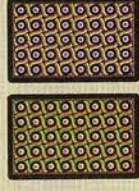
NAP 728 ¥700



NAP 705 ¥700



NAP 1064 ¥1,000



NAP 1064 ¥1,000



NAP 1063 ¥1,000



NAP 737 ¥700



NAP 737 ¥700



NAP 717 ¥700



NAP 807 ¥800



NAP 807 ¥800



NAP 1065 ¥1,000



NAP 338 ¥700



NAP 338 ¥700



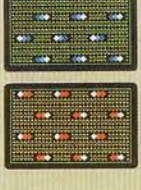
NAP 738 ¥700



NAP 801 ¥800



NAP 818 ¥800



NAP 833 ¥800



NAP 823 ¥600



NAP 822 ¥600



NAP 740 ¥700



NAP 842 ¥600



NAP 838 ¥800



NAP 837 ¥800



3x3x1トランプ



NAP
P 102 ¥1,000 P 102 ¥1,000



NAP
P 101 ¥1,000 P 102 ¥1,000



NAP
SN 105 ¥1,000 SN 105 ¥1,000



NAP
SN 104 ¥1,000 SN 105 ¥1,000



NAP
SN 103 ¥1,000 SN 104 ¥1,000



NAP
SN 102 ¥1,000 SN 103 ¥1,000

アイスビーゴ



NAP
DM 100 ¥1,000 DM 100 ¥1,000



NAP
DM 102 ¥1,000 DM 102 ¥1,000



NAP
DM 104 ¥1,000 DM 104 ¥1,000



NAP
DM 103 ¥1,000 DM 103 ¥1,000



NAP
DM 101 ¥1,000 DM 102 ¥1,000



NAP
DM 107 ¥1,000 DM 108 ¥1,000



NAP
DM 101 ¥1,000 D 61 ¥600



NAP
DM 101 ¥1,000 D 61 ¥600



NAP
DM 100 ¥1,000 DM 100 ¥1,000



NAP
DM 109 ¥1,000 DM 109 ¥1,000



NAP
DM 108 ¥1,000 DM 108 ¥1,000



NAP
DM 107 ¥1,000 DM 108 ¥1,000



NAP
D 62 ¥600



NAP
D 62 ¥600



NAP
D 63 ¥600



NAP
D 61 ¥600



NAP
D 61 ¥600



NAP
D 61 ¥600

画士トランプ



NAP
AD 53 ¥600 AD 53 ¥600



NAP
AD 53 ¥600 AD 53 ¥600



NAP
AD 53 ¥600 AD 53 ¥600



NAP
AD 53 ¥600 AD 53 ¥600



NAP
52 ¥500



NAP
53 ¥500



NAP
54 ¥600



NAP
55 ¥600



NAP
56 ¥600



NAP
57 ¥600



NAP
58 ¥500



NAP
59 ¥500



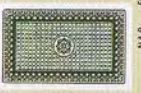
NAP
60 ¥500



NAP
61 ¥500



NAP
62 ¥500



NAP
63 ¥500



NAP
64 ¥500



NAP
65 ¥500



NAP
66 ¥500



NAP
67 ¥500



NAP
68 ¥500



NAP
69 ¥500

花札トランプ



NAP
007 ¥500



ホーカートランプ



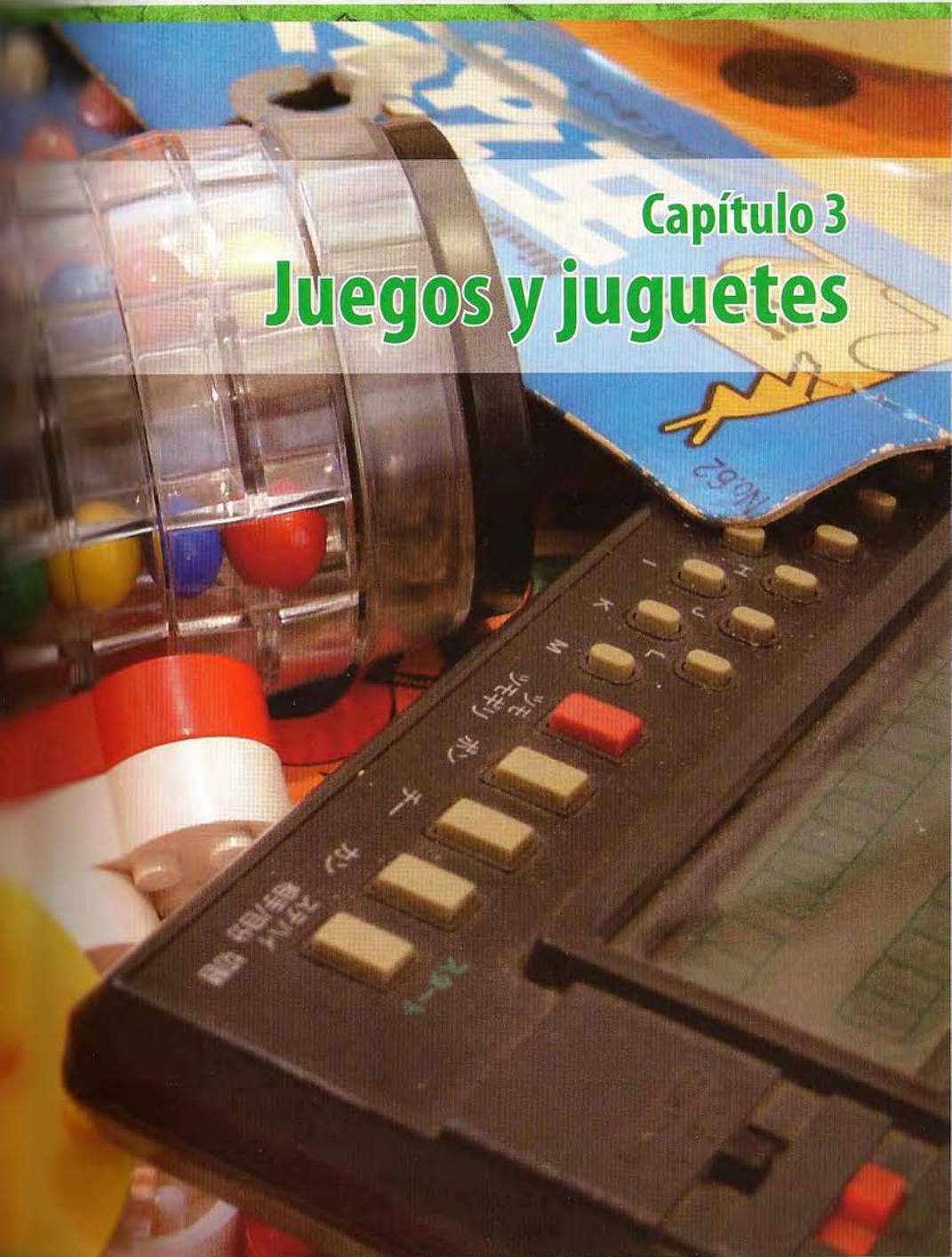
NAP
600 ¥600



NAP
600 ¥600



Capítulo 3 Juegos y juguetes



Ultra Hand ウルトラハンド

Año: 1966 **Precio: 600 yenes**

Anuncios TV: No

Variantes: 3 envases

ウルトラハンド

Las diferentes cajas



En la actualidad, se conocen tres cajas diferentes de la Ultra Hand. La más antigua y difícil de encontrar es la última.

En febrero de 1965, Nintendo contrata al joven Gunpei Yokoi como responsable de mantenimiento. Todas las mañanas, debe comprobar si las máquinas que imprimen y cortan las cartas funcionan correctamente y, si encuentra algún fallo, realizar las reparaciones necesarias. Ese trabajo, en realidad bastante sencillo para un titulado universitario, solamente le ocupa una pequeña parte de la jornada. Como Nintendo aún es una empresa de tamaño reducido y únicamente posee un puñado de máquinas poco sofisticadas, el joven realiza sus tareas en sólo unas horas, y el resto del día lo pasa en su pequeño taller fabricando juguetes (a escondidas) con los residuos del material de mantenimiento. ¡Esos primeros meses de contrato son una auténtica sinecura!

Hasta el día en que Hiroshi Yamauchi entra sin avisar en el taller y sorprende a Gunpei Yokoi en delito flagrante de bricolaje. Es convocado a presentarse de inmediato con su «chisme» en el despacho de su superior. Yokoi, convencido de que va a tener que enfrentarse a una seria reprimenda, se espera lo peor, pero Yamauchi le pide que le enseñe el objeto que está construyendo. Contra todo pronóstico, el presidente se muestra interesado e incluso le propone



perfeccionarlo para comercializarlo. Se venderán más de 1,2 millones de unidades de esa invención, la famosa Ultra Hand, que se convertirá en el primer gran éxito de Nintendo en el mundo de los juguetes.

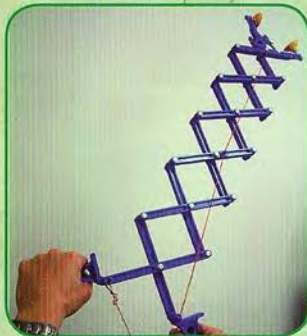
Ese éxito da ideas a Yamauchi, que decide reconsiderar el estatus de Yokoi. Descubre en él un talento creativo insospechado y está dispuesto a aprovecharlo para desarrollar la actividad de Nintendo en la industria de los juguetes.

Gracias a ese primer gran triunfo *Made in Nintendo*, la dirección creará un nuevo departamento, dirigido por Gunpei: el departamento de investigación y desarrollo. Gunpei Yokoi abandona sus funciones de responsable de mantenimiento y pasa a encargarse, junto a Imanishi, de la creación de juguetes.



□ Ultra Hand, instrucciones

1



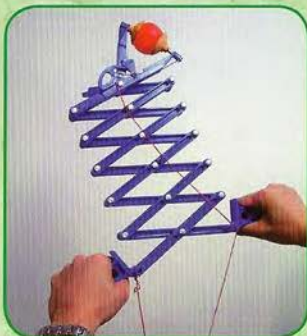
Trata de llegar a un objeto fuera de tu alcance con la Ultra Hand. Fíjate en el hilo rojo.

2



Una vez capturado el objeto, tira del hilo para desbloquear la rueda dentada.

3



Gracias a ese mecanismo, podrás volver a plegar la Ultra Hand sin que se abran las pinzas.

Rabbit Coaster Game

ラビットコースターゲーム

Año: 1964 Precio: 600 yenes

Anuncios TV: No

Variantes: 6 versiones

Todo el mundo conoce el principio de este juego: una estructura de plástico, diferentes niveles inclinados y varios agujeros en los extremos para que las canicas caigan rodando. En realidad, es el juguete más antiguo en los registros de Nintendo, con una existencia de varios siglos en Japón, donde se le conocía con el nombre de **Tawara Korogashi** (la voltereta del saco de arroz). Existen dos versiones del **Rabbit Coaster** original (estructura fija y desmontable). Corre el rumor de que el juego le debe su nombre a la primera montaña rusa instalada en Japón, que antiguamente podía probarse en el tejado de los grandes almacenes **Seibu** de Tokio.

En las numerosas versiones de Nintendo, en lugar de utilizar canicas se emplean cápsulas en las que se ha introducido una pequeña bola de metal. El peso del plomo arrastra el extremo «ligero» de la cápsula hacia abajo, y consigue que ésta se desplace de una forma bastante cómica.



A la izquierda, la primera versión del Rabbit Coaster con una estructura fija. A la derecha, el «New Rabbit Coaster», con un circuito más elaborado.



Las variantes del Rabbit Coaster

La llegada de la televisión a la mayoría de los hogares y la emisión de las primeras series dedicadas a los superhéroes favorecen la creación de versiones adaptadas a los gustos de los niños. Desde la fecha de salida del juguete y hasta los años setenta, aparecen modelos con nombres e ilustraciones que juegan con las tendencias del momento. A mediados de los sesenta, la moda de la palabra «Ultra» y de los monstruos está en pleno apogeo, gracias sobre todo a la serie de televisión Ultraman. También existe una versión Mini Game Series del Rabbit Coaster.



Shot Racer

ショットレーサー

Año: 1974

Precio: 3.500 yenes

Anuncios TV: 1

Licencia: Hasbro Ind.

Inventado por la empresa estadounidense **Hasbro Industries**, el **Shot Racer** se presenta como un arma imponente. Se coloca en el suelo con municiones en forma de coches de carreras. El jugador debe tirar ayudándose del visor y alcanzar un blanco en movimiento (*rolling target*) sobre una base inclinada. Este juguete, vendido a 3.500 yenes con dos vehículos (uno azul y uno rojo), disfrutó de una importante campaña publicitaria. El anuncio en televisión, realizado en color, muestra a dos niños recargando sus armas como si fueran soldados. Con aplicación y concentración, se acuestan en el suelo (como para cubrirse de un ataque enemigo) y, con una mirada cómplice, apuntan a su objetivo. Unos segundos después, tras ajustar bien el tiro, disparan. Los bólidos salen lanzados hacia el objetivo en movimiento. ¿Cuál de los dos logrará dar en el blanco? Nunca lo sabremos. Una puesta en escena eficaz y atractiva para un juguete que tendrá bastante éxito en Japón.



Publicidad en TV



People House ピープルハウス

Año: 1968 Precio: 800 yenes

Anuncios TV: 2

Variantes: 6 modelos



Resulta curioso, pero los juegos de Nintendo de los años sesenta y setenta se crearon en su mayoría para los niños o para toda la familia. Uno de los pocos juguetes para niñas salió al mercado en octubre de 1968.

La empresa de Kioto desarrolla un sistema de «casas maletas» con todo un universo de muñecas en el interior.

La originalidad del producto es su compatibilidad con los **N&B** (ver pág. 100) de la marca. La fachada principal de cada People House (de plástico transparente) cuenta con varios espacios donde pueden colocarse construcciones de ladrillos de juguete. Gracias a esa idea, las niñas pueden usar los N&B de su hermano mayor para crear auténticos decorados alrededor de sus casas.

Existen seis variantes de People House y cada modelo incluye varios objetos: una pequeña muñeca de plástico flexible, un baúl donde descansa otra marioneta (para ponerse en el pulgar), una treintena de N&B (para construir flores, una cama de hospital, etc.), algunos accesorios y, por último, un librito con historias imaginarias que retoman los temas de la serie. Además, Walt Disney cedió los derechos de Bambi, Cenicienta, Alicia en el país de las maravillas y Caperucita Roja para las ilustraciones de los libros.

Mensaje al dorso de la caja:

«*María debe atender rápidamente a otro paciente. ¡Está muy ocupada! ¿No quieres ayudarla?*»



Cenicienta



Alicia en el país de las maravillas



Caperucita Roja



La florista



Bambi y Milie



La enfermera María



Publicidad en TV



Puzles

ジグソーパズル

Década de 1970 Precio: 100 yenes

Anuncios TV: No

Variantes: Una decena



Aunque hoy en día es difícil saber cuántos puzles produjo Nintendo, hemos encontrado varios modelos realizados en los años setenta, como por ejemplo tres variedades (rojo, verde y azul) del juego **Puzle 54 siluetas**, así como algunos modelos más tradicionales con personajes famosos de dibujos animados (arriba, el ejemplar de 50 piezas de **Betty Boop**, vendido a 280 yenes).

Marble

マーブル

Década de 1960 Precio: 300 yenes

Anuncios TV: No Licencia: MB

Variantes: 2 modelos (rojo y azul)



Uno de los juguetes más exitosos de la marca estadounidense **MB (Milton Bradley)** salió al mercado en Japón con el nombre de **Marble**. Gracias a una licencia, en la década de los sesenta Nintendo pudo poner a la venta **The Frying Pan Maze** («la sartén laberinto»), a un precio de 300 yenes.

El principio del juego es sencillo. El jugador introduce una canica en el agujero «Start» situado en el centro de la zona de juego y debe, con sentido común y una gran habilidad, conseguir inclinar la sartén y guiar la bolita hasta la salida «Out».

Como es cierto que cuando se conoce el camino hacia la salida el juego puede parecer repetitivo, un ingenioso sistema de «placa giratoria» permite que los niños disfruten de cierto grado de variedad. La superficie transparente situada en la parte superior puede rotar y, al girar ese plástico, puede modificarse la posición del agujero de salida. El juguete propone unas diez rutas distintas.

Challenge Dice チャレンジダイス

Año: 1969 **Precio:** 400 yenes

Anuncios TV: No **Licencia:** ?

Variantes: 3 colores



Una vez sacado de su caja de plástico transparente, este dado de seis caras propone un rompecabezas original. En el interior de los agujeros del cubo hay 21 «clavos» de distintas longitudes. El objetivo del juego es conseguir introducir esos pequeños tubos hasta el fondo del dado sin que se entrechoquen. Aunque en realidad el reto no sea demasiado complicado, el pequeño manual entregado con los dados promete 12 posibilidades, entre varios centenares.

¿Conseguiremos descubrirlas todas? Además de estar disponibles en una versión **Mini Game Series** (con el nombre de **Puzzle Dice**), los Challenge Dice también se comercializaron en Europa, con el nombre **Chaotic Cube**. Sin embargo, no se sabe si se trata de copias o de otra licencia.

Cross Over クロスオーバー

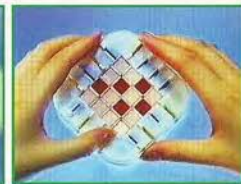
Año: 1983 **Precio:** 1.000 yenes

Anuncios TV: 1 **Licencia:** No

Variantes: 3 colores



Cross Over hoy en día es uno de los rompecabezas más difíciles de encontrar para los coleccionistas. Con sus casillas de plástico fosforescente, es un pasatiempo muy original. Como demuestra la joven del anuncio televisivo, requiere que los jugadores apliquen la lógica deslizando pequeños botones para modificar el aspecto de las casillas y resolver algunos enigmas.



Mister Magician

ミスターマジシャン

Año: 1975 Precio: 2.000 yenes

Anuncios TV: 1

Variantes: 1 envase

Publicidad en TV



新発売

百貨店・文具店
玩具店で
お求めください

¥2000 任天堂

Relativamente fácil de encontrar en la actualidad, este **Mister Magician Coin & Stick** salió en una época donde se emitían muchos programas de magia por televisión.

La cajita dorada permite aprender tres trucos sencillos pero siempre muy sorprendentes: el bastón que se transforma en pañuelo, la moneda que sale como por arte de magia del trozo de tela y el truco de la moneda que pasa a través de un cuello de botella demasiado estrecho.

El anuncio en televisión, con una excelente puesta en escena, muestra a un joven tratando de impresionar con sus tres trucos a un adulto de origen extranjero y con un fuerte acento italiano (¿Nos encontramos ante la primera aparición de Mario?). Disponible en la sección de juguetes de los grandes almacenes, papelerías y tiendas especializadas en los juegos, esta compilación para los aprendices de brujo sin embargo se vende a un precio muy alto para la época: 2.000 yenes. Parece que Mister Magician no se vendió tan bien como estaba previsto, ya que todavía hoy siguen encontrándose grandes cantidades de existencias no vendidas.

TENBILLION

A principios de los años ochenta se extendió por todo el mundo una auténtica pasión por los rompecabezas, con los famosos **Cubos de Rubik** o las **Torres de Babel**. En Japón, la moda de los rompecabezas también generó una locura creativa durante la cual todos los fabricantes de juguetes trabajaron sin descanso para realizar modelos originales. Nintendo, y concretamente Gunpei Yokoi, no se quedó atrás, y ofreció su propio modelo: el **Tenbillion**.

Formado por veintitrés bolitas (de seis colores distintos, con tres de color negro) repartidas en un cilindro con varios pisos móviles, el principio del juego es alinear las bolas por grupos de colores. Para ello, el jugador debe subir o bajar el cilindro y girar los diferentes pisos. El rompecabezas, basado en un concepto relativamente innovador, presenta una dificultad bastante alta para el tipo de juego. ¡El propio Gunpei Yokoi, que no pudo realizar un cálculo seguro, estimó en varios cientos de miles de millones el número de posibilidades! («Tenbillion» significa 10.000 millones en inglés).

Al final, con dos millones de unidades vendidas, el Tenbillion se convierte en el rompecabezas más popular de Japón después del **Cubo de Rubik**. Incluso se importa a Europa, donde cosecha un éxito importante, sobre todo en Alemania. Su nombre germánico es *Teufelstone* («la piedra del diablo»), y allí se fabricaron algunas versiones para los más pequeños (modelos simplificados que no realizó Nintendo).

Para terminar diremos que la primera serie del Tenbillion lanzada en Japón presenta un pequeño defecto de fábrica: ¡En el copyright (en una de las caras negras), a Nintendo le falta la «o» (©Nintend)!

Tenbillion テンビリオン

Año: 1980

Precio: 1.000 yenes

Anuncios TV: 1

Variantes: 1 envase



Cadena de montaje del Tenbillion.

Hip Flip

ヒップフリップ

Año: 1968

Precio: 980 yenes

Anuncios TV: 2

Licencia: Parker Brothers



En los años sesenta se genera en todo el mundo un entusiasmo generalizado por el **hula hoop**, ese gran aro de plástico que con algo de maña puede hacerse girar alrededor de la cintura indefinidamente. Con el objetivo de aprovechar los famosos años del gogó (un baile popular de la época), a Nintendo se le ocurre comprar la licencia de una variante utilizada por parejas y creada por **Parker Brothers**.

El **Hip Flip**, que necesita una gran capacidad de sincronización, es una idea original pero que muy pronto resulta limitada, ya que el principio es extremadamente repetitivo.

Como con el **Twister Game**, Nintendo no duda en destacar las propiedades «gimnásticas» del juguete para seducir a una población de todas las edades. Los dos anuncios televisivos de hecho son muy cómicos. ¿Cómo no reírse frente a la abuela japonesa probando el Hip Flip? ¿O con el anuncio donde se ve una fiesta en la que todos los asistentes bailan alegremente haciendo girar el artilugio?





Balance Game

Encaramado a un fino tubo, un equilibrista se mantiene gracias a las leyes del equilibrio. El objetivo de este juego para varios jugadores es retirar uno a uno los discos que mantienen la estructura inmóvil. Pierde el primero que tire al pobre hombre.

Década de 1970 Precio: 600 yenes



Punch Buoy

Más conocido entre nosotros con el nombre de «Boing», este juguete de exterior es para dos. Cada jugador debe agarrar las asas unidas por cuerdas, y separar los brazos con fuerza para enviar el objeto ovalado hacia su compañero.

Año: 1975 Precio: 3.000 yenes



New Picture Cutter

Tras el éxito del primer modelo de Picture Cutter, Nintendo lanza una versión eléctrica. Esta vez, la pequeña máquina permite recortar de forma fácil y precisa grandes bloques de poliestireno. El juguete viene con calcomanías.

Año: 1965 Precio: Unos 1.000 yenes



Picture Cutter

Estas «tijeras» con una forma muy original se utilizan para realizar manualidades y permiten recortar el cartón con una precisión sin igual, siguiendo las marcas de los patrones que se ofrecen con el juego.

Década de 1965 Precio: Unos 800 yenes

Juegos y juguetes



□ Dynamic Soccer

Dynamic Soccer salió a la venta durante el corto período de entusiasmo por el fútbol que conoció el archipiélago, tras la medalla de bronce de Japón en los **Juegos Olímpicos de México**, en 1968. Como su nombre indica, se trata de un simulador de fútbol. En la superficie del juego hay pequeños huecos numerados donde puede entrar un minúsculo balón de plástico. En el interior de la caja verde hay fijada una compleja red de canalizaciones que van a dar a un fuelle de tipo pera. Los jugadores deben introducir rápidamente el tubo del fuelle en el número correspondiente al hueco adecuado y apretar la pera para impulsar al balón y desplazarlo por el campo.

Finales de la década de 1960

Precio: 1.980 yenes

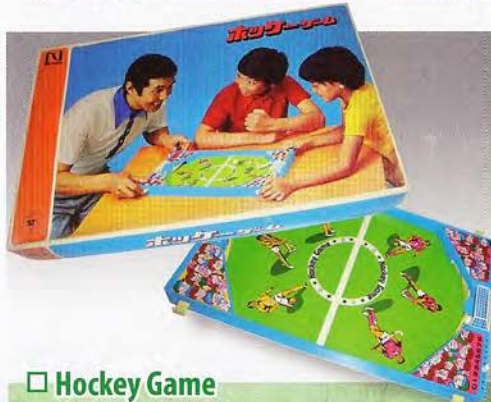


□ Table Soccer

Table Soccer es, al contrario de **Dynamic Soccer**, un juego tranquilo que requiere estrategia, paciencia y precisión. Este juego no resultará nada extraño para los amantes del célebre **Subbuteo**, ya que se basa en el mismo principio (incluso si el acabado de esta versión japonesa está mucho menos cuidado). Los 22 jugadores del **Table Soccer** se mueven dándoles golpecitos con la punta de las uñas. Además, el balón tiene una forma plana, como un tejo, para evitar que se salga demasiado a menudo del terreno de juego.

Año: 1965

Precio: 400 yenes



□ Hockey Game

Este juego de hockey sobre hierba combina cartón y plástico, por lo que es muy ligero. Las reglas, simplificadas al máximo, finalmente se parecen más a las del flipper con dos jugadores que a las del fútbol. Para contar los puntos, se van colocando unas pequeñas fichas en los agujeros previstos para ello. Una partida se termina cuando el primero de los dos jugadores consigue marcar ocho puntos. Vendido a un precio similar al de los dos simuladores de fútbol, **Hockey Game** fue el que menos éxito tuvo.

Principios de la década de 1970

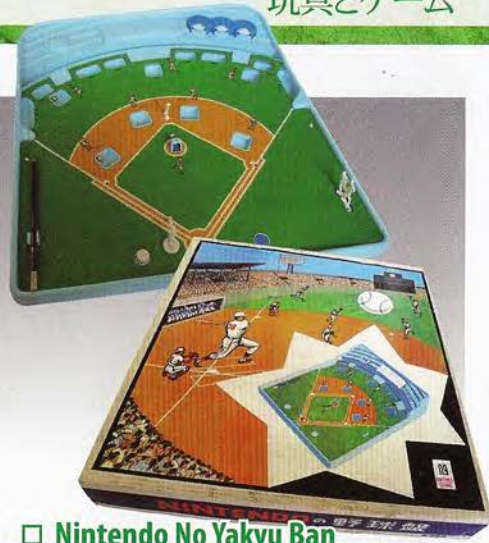
Precio: Unos 2.000 yenes



□ Home Bowling

Desarrollado por MB, cosechó un éxito considerable en Japón, sobre todo con las versiones de la empresa Epoch. Nintendo también se hará con una licencia y ofrecerá su propia versión de este inmenso juguete (¡la caja mide 1 metro!).

Año: 1966 Precio: 2.200 yenes



□ Nintendo No Yakyu Ban

Versión mejorada del famoso Disney No Yakyu Ban (pág. 135) y del Yakyu Ban (pág. 126), este juego de béisbol es algo extraño, ya que muestra claramente a quién pertenece. ¡Su nombre significa «El juego de béisbol de Nintendo».

Año: Década de 1960 Precio: 950 yenes



□ Hopping Game

La versión japonesa del juego de la pulga. Gana la partida el primer jugador que logre introducir sus conos (utilizando el resorte). Hasta tres participantes simultáneos.

Año: 1970 Precio: 980 yenes



□ Hachi No Su Game

«El juego del panal» (licencia Neuhierl GmbH) requiere que los jugadores hagan caer cuidadosamente la miel sin derribar a la abeja de plástico (que, sea dicho, se parece más a una mosca...).

Año: 1971 Precio: 1.200 yenes

Juegos y juguetes



□ Koya no Gunman Game

Año: 1972

Precio: 1.400 yenes

«El juego del tirador de la estepa» ofrece unos duelos apasionantes. Cada jugador dispone de municiones para disparar con una palanca activada con un resorte (como los que se ven en los flippers).

Cuando se hiere al adversario, su personaje se desploma y termina la partida. Como se dispara bajo la superficie roja, es imposible saber en qué dirección apunta el oponente. Esa originalidad aporta a este simpático simulador de cowboys un suspense y una tensión intensos.



□ Punch Race

Principios de la década de 1960

Conocido en Francia con el nombre de **Dragster**, **Punch Race** es una licencia de MB. El principio del juego es el mismo. En la parte inferior izquierda de la superficie del juguete hay una rampa de lanzamiento que termina en un pequeño resorte de plástico blanco, con el que el jugador debe tirar una bolita para golpear a los diminutos coches, que avanzarán hacia la parte baja de su pista. El juego requiere lanzar la bola con una fuerza muy precisa para que todos los vehículos lleguen a la meta.



□ Home Race

¡Sé el primer tanque de guerra en pasar la frontera y no dejes que tus contrincantes (de 2 a 5 jugadores) te disparen! Utiliza un ingenioso sistema de imanes.

Después de 1965 Precio desconocido



□ Bikkuri Game

Basado en un viejo cuento japonés que narra la historia de un mapache atrapado en una tetera, este juego pone a prueba los reflejos de los jugadores, que deben atrapar al animal cuando queda liberado (**Bikkuri** significa «ser sorprendido»).

Década de 1970

Precio: 600 yenes



Time Shock

Año: 1972

Precio: 1.800 yenes

Pese a ser una adaptación directa de un juego de la competencia llamado **Perfection**, **Time Shock** presenta numerosas mejoras.

El objetivo del juego sigue siendo introducir las formas de plástico naranjas en los agujeros previstos a tal efecto.

Si el jugador no logra cumplir su misión, se inicia una cuenta atrás que hace saltar todos los elementos instalados. Sin embargo, en esta versión de Nintendo, los distintos elementos del tablero pueden moverse, lo que permite cambiar la configuración y el orden de las formas en cada partida.



Indianapolis

Finales de la década de 1960

Precio: 1.980 yenes

Al más puro estilo de los juegos de caballitos, este **Indianapolis** (¿la falta de ortografía es voluntaria?) permite que hasta cuatro jugadores se embarquen en una carrera donde lo más importante es la suerte. Tras ser seleccionado por la rueda, el jugador lanzará un dado que determinará el número de casillas que podrá avanzar. ¡Pero cuidado con las zonas de color azul oscuro antes de algunas curvas! Obligarán al jugador a retroceder varios tramos.

El ganador de la partida será quien consiga terminar una serie de vueltas antes que los demás.



Kaiju Copy

Año: 1971

Precio: 600 yenes

El **Kaiju Copy** («el copiator de monstruos») utiliza un procedimiento de copia sobre papel fotosensible con personajes del famoso estudio **Tsuburaya Prod** (**Ultraman**, etc.).

Tras colocar bajo el cristal una de las diez ilustraciones que vienen con el juguete (esencialmente monstruos y combates), y una de las cincuenta hojas fotosensibles (que también se venden por separado), se enciende automáticamente una bombilla y se calcan las distintas escenas de la imagen. Después de unos minutos, la réplica está lista y es casi idéntica al original.

N&B Block

任天堂ブロック

Año: 1968

Anuncios TV: 7

Precio: Variable

Variantes: Más de 40 modelos

A primera vista, los **N&B Block** (abreviatura de Nintendo & Block) recuerdan, sin lugar a dudas, a los **Legó**. Desarrollados sin ninguna licencia ni autorización de la marca danesa, estos juegos de construcciones cosecharán un éxito inmenso entre los niños japoneses y competirán sin piedad con los modelos occidentales.

Sin embargo, ese triunfo no habría sido posible sin el impresionante bombardeo publicitario programado por Hiroshi Yamauchi. Así es, Hiroshi incluso se atreve a presentar anuncios comparativos para halagar la originalidad de las formas de los modelos de Nintendo.

Por ejemplo, podemos destacar unos en los que dos niños construyen un cohete, uno con ladrillos Lego y otro con N&B. El primero parece celoso por no haber obtenido un resultado tan bueno, y el segundo aprovecha para explicar que sus N&B incluyen piezas redondas y ofrecen una mayor precisión. La conclusión del anuncio se deja a la sabiduría materna: «**Menos mal que elegimos N&B Block, ¿no?**»

Aunque la marca competidora no es citada explícitamente durante esos segundos de publicidad, para Lego ésa es la gota que colma el vaso,

y decide demandar a Nintendo por publicidad comparativa y plagio. Contra todo pronóstico, con una excelente defensa, la empresa de Kioto logra salir del atolladero (parece ser que gracias a los ladrillos redondos inéditos...).

En 1970, como para marcar un poco más la diferencia, Nintendo sacará la serie de **N&B Crator**, que también tendrá mucho éxito. Con sus vehículos motorizados y su sistema de minas terrestres (que hacen explotar la construcción), esta nueva variante permite crear situaciones emocionantes y originales.

Pese al importante éxito de estos juguetes y a la gran variedad de piezas o modelos propuestos, la posteridad se quedará con la mediocre calidad del plástico. Al contrario de los ladrillos europeos, los ejemplares japoneses en realidad encajan bastante mal y a veces hay que forzarlos para lograr que se mantengan unidos.



任天堂ブロック



Este joven, al que con frecuencia vemos en los anuncios de los N&B, en realidad es el hijo del presidente, Katsuhito Yamauchi.



Distribuidos en algunas cajas lujosas, los dos **N&B Play Book** ofrecen numerosas ideas de construcciones. Estos libritos también se venden a 50 yenes en las jugueterías.

N&B Block Relojes



Hemos contado tres modelos de relojes N&B. Todos funcionan enchufados a la red eléctrica.



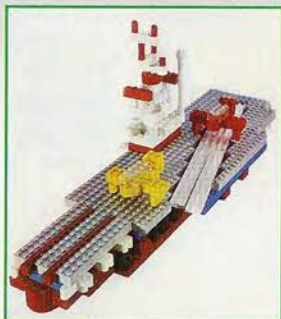
Cuatro modelos de N&B para construir casas de diferentes estilos.



■ N&B Dobutsu Set

Con sus originales formas, los N&B Block de Nintendo no pueden dejar de lado el fabuloso mundo de los animales. Se pondrán a la venta varios «sets», como el zoo (**Dobutsu Set**), el gran panda y uno que permite crear osos y grullas (**Kuma Tsuru Set**). Otras series (**Mix Series**) reunirán un gran número de piezas para construir animales.

■ N&B Mix and Space Series



※ 色部分の組み合わせ

パーツ (部品) の種類

赤	21	黒	34	41	△	2
青	22	白	2	42	▽	1
黄	1	透明	3	43	○	1
緑	3	透明	10	44	□	1
紫	5	透明	6	45	◇	4
透明	5	透明	10	46	◇	3
透明	10	透明	6	47	◇	6
透明	11	透明	2	48	◇	3本
透明	12	透明	1	シャフト	3本	
透明	13	透明	1			
透明	14	透明	2			
透明	17	透明	4			
透明	18	透明	2			
透明	19	透明	3			
透明	20	透明	3			
透明	23	透明	1			
透明	24	透明	1			
透明	25	透明	2			
透明	26	透明	10			

任天堂株式会社



□ N&B Grator



□ N&B Block Ringer

En N&B Block Ringer, los ladrillos sólo tienen una importancia mínima. La construcción es muy sencilla pero el interés reside en otro elemento. Decenas de partituras (con notas de colores para cada campana) permiten jugar una miríada de melodías.



□ N&B Train

Las piezas redondas de todas las nuevas formas de Nintendo permiten (mucho antes que los **Legó Technics**) realizar vehículos eléctricos (aquí, el tren) desde principios de los setenta. También se podían adquirir piezas de repuesto o ladrillos adicionales (**N&B Parts**) para ampliar las creaciones.



□ N&B Parts



□ N&B Coaster



□ Osetsu Set et Heroes Set



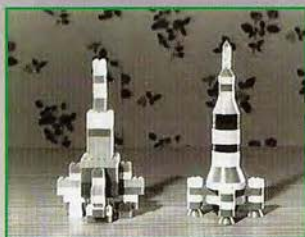
□ N&B Gondola



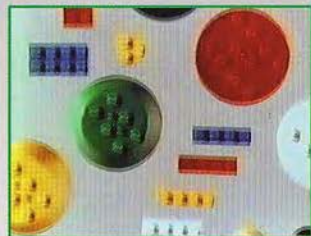
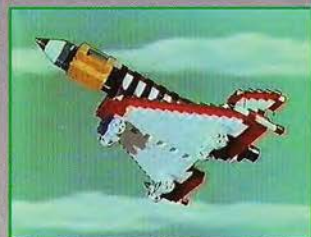
□ N&B Flower Set

En Japón se comercializarán más de cuarenta variedades de N&B. Si bien la mayoría de los modelos que se inspiran en los superhéroes (aquí, **Kamen Rider**) y en la ciencia ficción gustan sobre todo a los niños, otros como la noria, las flores o el mobiliario de interior están más orientados a las niñas.

■ Anuncio N&B Block



■ Anuncio N&B Block



新発売

N.&B.ブロック

任天堂

■ N&B Mix Series



任天堂 N.&B.ブロック

¥800

ミックス

¥1,800

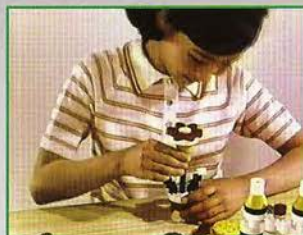
¥1,400

■ N&B Mix Series



任天堂
N&Bブロック

■ N&B Mix Series



■ N&B Block Crator



任天堂クレター



¥1,800

Paper Model

ペーパーモデル

Año: 1974

Anuncios TV: 2 Precio: 100-300 yenes

Variantes: 4 categorías y 39 modelos



Entre las series más logradas podemos nombrar, por ejemplo, la de «los edificios más hermosos del mundo», con unos Castillos del Loira realmente muy bien reproducidos.

Vendidos en papelerías y jugueterías, las bolsas de **Paper Model** impresionan por su gran tamaño. Con cerca de 50 cm de largo, estas gigantes casetas de cartulina ofrecen magníficos patrones en color para recortar, doblar y pegar.

Se comercializan a 100 yenes numerosas series, entre las cuales las más populares son los **animales**, los **vehículos** y los **edificios**. Se venden más de 39 modelos distintos y el acabado de algunas maquetas merece nuestro respeto. Algunos meses después, veremos llegar nuevos motivos mucho más bonitos y complejos (la serie **Panorama**), vendidos a 300 yenes.

Los Paper Model hoy en día son difíciles de encontrar, puesto que estaban fabricados con materiales poco sólidos que se estropeaban rápidamente.



□ Ejemplos de Paper Model





□ Anuncios de Paper Model

Los anuncios televisivos ofrecen un viaje en globo alrededor del mundo de los Paper Model.





□ Hopping Game

Ya existente en el catálogo Nintendo (ver pág. 97), esta adaptación en miniatura del juego de la pulga es para dos jugadores.



□ Ball Game

Ball Game en realidad es un lote de tres laberintos de plástico con diferentes desafíos.



□ Car Race

Adaptación en miniatura de Punch Race (licencia MB Dragster), también tratado en este volumen (ver pág. 98).



□ Colorful Ball

Pequeño flipper de plástico que requiere precisión para conseguir colocar las bolas del mismo color en cada columna.



□ Diving Shot

Es necesario controlar su fuerza para enviar las bolitas de plomo a los espacios adecuados con la palanca del flipper.



□ Gear Challenge

Hay que encontrar los lugares adecuados para instalar todas las ruedas dentadas y lograr que el mecanismo funcione.



□ Picture Puzzle

Tres puzzles simples inspirados en Bambi. Hay una decena de variantes con los 101 Dálmatas y otros cuentos.



□ Hurdle Race

¡Pulsa los botones amarillos! Gana el primero de los dos jugadores que supere (con la bolita) los cuatro obstáculos.



□ Go Narabé

Variante del Go en la que cada jugador debe formar líneas de cinco piedras (o impedirselo a su adversario).



□ Keiba Game

Hay que apostar por uno de los cuatro caballos y mover con sauididas ínfimas el tablero para que los animales se desplacen.



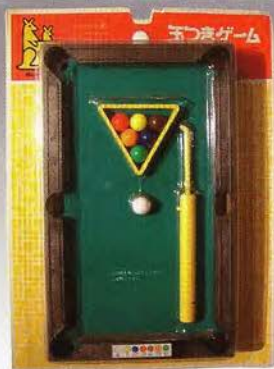
□ Gear Drive

Gana el primero que haga llegar sus fichas hasta la gran rueda amarilla. Los jugadores pueden elegir el sentido de la rotación.



□ Hashi Watashi Game

El juego del puente se parece al célebre Pipe Line. Gana el primero en llegar a la otra orilla con sus piezas.



□ Tamatsuki Game

Una mesa de billar en miniatura. El orden de los colores de las bolas que hay que introducir en los agujeros está preestablecido.



□ Rabbit Coaster

Nueva adaptación en miniatura del primer juguete de Nintendo. Una canica cae rodando por los distintos pasillos.



□ Ruleta

Para jugar a la ruleta y apostar en el casino desde cualquier parte con las dos versiones en miniatura disponibles. Fichas incluidas.



□ Napoleón

Adaptación portátil del juego de estrategia. Ideal para los viajes en familia.



□ Tamatori Game

Tamatori Game es una variante del solitario para dos jugadores. Gana el jugador que logre conservar sus bolas hasta el final.



□ SmartBall

Pequeños juegos de flipper con agujeros numerados. Consigue más puntos introduciendo las bolas en los huecos adecuados.



□ Time Shock

¡Vuelve a colocar todos los elementos en el lugar correspondiente antes de que baje el pájaro posado en su rama!



□ Base Ball Pachinko

En este juego de flipper/béisbol, hay que golpear la bola con el bate para enviarla a los agujeros apropiados.



□ Volley Ball Game

Suelta la lengüeta para enviar el balón al campo contrario. Perderás un punto si choca contra la red o se sale del terreno de juego.



□ Marble Shot

En este juego, hay que entretrocar las fichas para alcanzar al color del propio campo. ¡Pero cuidado con los agujeros!



□ Catcher Boat

Desde el barco de pesca, apunta y dispara a las ballenas para acercarlas. Todos los elementos están imantados.



□ Challenge Dice

Adaptación del Puzzle Dice en versión desmontable. Hay que introducir todos los clavos en el dado sin que se toquen.



Capítulo 4 Los juegos de mesa



Los juegos clásicos

Además de juguetes y cartas, Nintendo también produce en sus fábricas un gran número de juegos denominados «clásicos». Durante algún tiempo, Hiroshi Yamauchi intenta manufacturar juegos occidentales como las damas o el ajedrez, pero muy pronto abandona la idea para concentrarse en juegos más anclados en la tradición asiática y más populares entre la población japonesa.

Su producción lleva a los grandes almacenes una enorme cantidad de variedades de juegos de **Go, Shogi y Mahjong**.

Los modelos se cuentan por decenas. Algunos son bastante baratos, ya que están realizados con madera de poca calidad, pero otros valen auténticas fortunas, como por ejemplo los juegos de Mahjong elaborados con marfil...

Aún hoy, se pueden encontrar en todos los grandes almacenes de Japón (e incluso en algunos supermercados) juegos de Go, Shogi o Mahjong de la marca **Marufuku** o **Nintendo**.



El Mahjong es uno de los pasatiempos favoritos de los hombres japoneses. Nintendo produce distintos modelos de fichas, con una calidad variable y precios que oscilan entre los miles de yenes y los varios cientos de miles. La gama más popular es la **Yakuman**, que incluso disfruta de dos anuncios en televisión interpretados por Kyosen Ohashi (actor que posteriormente llegará a ser diputado).

También se comercializa, por separado, un tapete verde específico (**Yakuman Mat**).





Evidentemente, Hiroshi Yamauchi, jugador de Go con el grado de 6º dan, quiso producir sus propios juegos. Algunos Goban (tableros) con pies y de lujosas maderas pueden llegar a costar varias decenas de miles de yenes.

Con el apoyo de la asociación sino-japonesa de ajedrez chino, Nintendo sacó un juego de Xiangqi.



En el caso de los juegos de Shogi, los precios también varían según la calidad. Algunos modelos (con piezas y tablero de plástico) cuestan unos 1.500 yenes, mientras que otras piezas son de madera lacada y valen más de 10.000 yenes.



Domino con su subtítulo en francés, «El juego de 28 fichas».



«The World of Popular Games» presenta en un bonito estuche los siete grandes clásicos del juego occidental. Póquer, ruleta, ajedrez, damas, etc.



A finales de los sesenta, Nintendo trata, mal que bien, de desarrollar en Japón las damas y el ajedrez. Cada juego incluye las reglas ilustradas, y algunos modelos son bautizados con nombres de filósofos para atraer a los amantes de la reflexión. Sin embargo, la popularidad del Mahjong, el Go y el Shogi no deja espacio alguno para los juegos occidentales.



El ajedrez Sócrates.

Serie Roulette ルーレット

1960/70 Precio: de 300 yenes

Anuncios TV: 1 a 2.800 yenes

Variantes: Una decena

Probablemente porque los juegos de apuestas se prohibieron muy pronto, en Japón los casinos son escasos. Las ruletas de juguete, sin embargo, nunca han perdido su gran popularidad desde la segunda mitad de la década de los sesenta. Nintendo aprovechará ese interés continuo para producir una decena de versiones de este juego convertido en un clásico. La calidad del acabado de los tapetes verdes y las fichas varía de un modelo a otro.



Las distintas versiones de ruleta

La ruleta es, casi con total seguridad, el producto objeto del mayor número de variantes en la historia de los juegos de Nintendo. Existieron más de diez modelos, además de las dos versiones Mini Game Series. Los ejemplares más populares son los que representan Las Vegas. Por otra parte, las ruletas con una caja en inglés, que también incluyen unas instrucciones escritas en la lengua de Shakespeare, fueron producidas en su mayoría para ser exportadas y distribuidas en Estados Unidos.



Llamado **Diamond Game** en Japón, este juego de 2 a 6 jugadores se conoce en Occidente con el nombre de **Damas Chinas** y fue comercializado por Nintendo como **Daiya Game**. Con un tablero que incluye seis triángulos de tres colores y 121 casillas, el juego no da la impresión de parecerse a las damas pero, para ganar, cada jugador debe colocar todas sus piezas (una a una) en el triángulo situado enfrente de su posición de salida. Las piezas sólo pueden desplazarse una casilla en cada turno, aunque también pueden saltar por encima de las piezas enemigas, exactamente igual que en las damas. Nintendo incluirá con frecuencia el Daiya Game en las famosas compilaciones de juegos de mesa denominadas *Kateiban* (ver pág. 136).

Daiya Game

ダイヤゲーム

1960/70

Precio: Varios

Anuncios TV: No Variantes: Numerosas

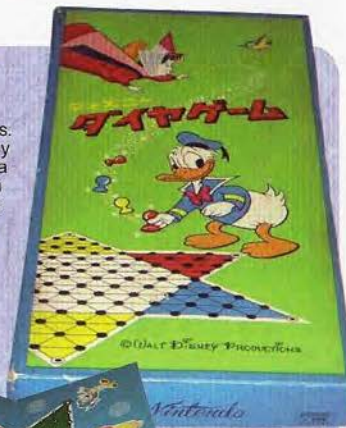


Las distintas versiones de Daiya Game

Las damas chinas cosechan un éxito importante entre los niños japoneses. A lo largo de los años, Hiroshi Yamauchi cambiará varias veces de diseño y llegará incluso a ofrecer una versión en colaboración con Disney. Las reglas no sufren ninguna modificación, únicamente aparecen personajes de dibujos animados para adornar la caja y el tablero.



Diamond Game
(lanzada de 1970)



Daiya Game
Disney (1964)



Twister

ツイスターゲーム

Año: 1968 Precio: 800 yenes

Anuncios: 2 Licencia: MB

Variantes: 3 presentaciones



Publicidad en TV de Twister



Todos conocemos el principio de **Twister**, un juego creado por MB que, a principios de los años setenta, se convirtió en una de las diversiones preferidas en fiestas y reuniones de amigos.

Un jugador hace girar una ruleta que indica los colores donde habrá que poner los pies y las manos. Dos personas se colocan en el tapete y tratan de conseguirlo sin caerse. La dificultad crece a medida que el juego avanza, ya que la estrechez de la tela no ayuda demasiado cuando ya hay varios jugadores en posiciones con frecuencia incómodas.

Mejor decirlo claramente, el juego no tuvo en Japón el mismo éxito que en Occidente. Demasiado tímidos y poco amigos del contacto físico, los japoneses, y sobre todo las japonesas, no son muy partidarios de adoptar las incómodas posiciones que impone el juego. ¡Y eso pese a que Nintendo invirtió mucho en marketing para vender este producto objeto de una licencia! De hecho, la publicidad en televisión, hoy impensable (la cámara no duda en mostrar en primer plano el trasero de las damas, y la caída de una jugadora permite atisbar sus bragas...), ahonda en ese sentido. Las malas lenguas llegarán incluso a dar al juego el apodo de «caja del erotismo».

Como el componente sensual del juego no parece atraer a las masas, al año siguiente la empresa lanza una segunda versión en la que destaca otro aspecto del juego: el envase asegura que Twister afina la silueta y aporta flexibilidad a los músculos un poco rígidos. Las instrucciones también incluyen un texto redactado por un profesional de la salud que alaba las propiedades «gimnásticas» del juego...

En la actualidad, el titular de la licencia para Japón es el fabricante de juguetes **Takara Tommy**.



Unmei Game 運命ゲーム

Año: 1969

Precio: 1.700 y

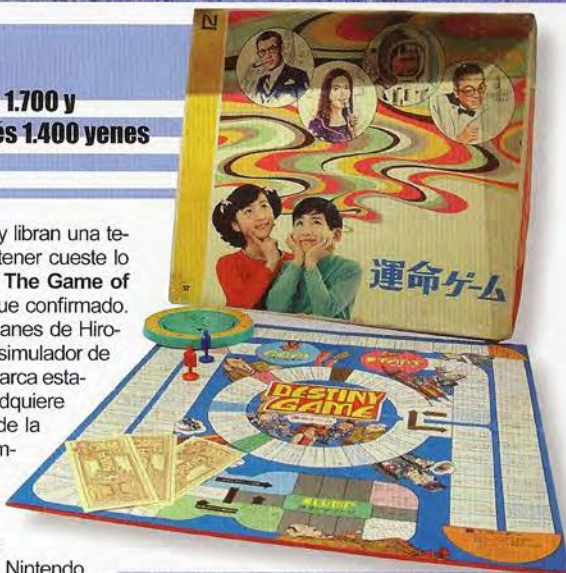
Anuncios TV: 1

después 1.400 yenes

Variantes: 3 versiones

A finales de los sesenta, Nintendo y Tommy libran una terrible batalla. Ambas empresas quieren obtener cuate lo que cuate los derechos del juego de MB **The Game of Life**, cuyo triunfo en Occidente está más que confirmado. Por desgracia para la firma de Kioto, los planes de Hiroshi Yamauchi para comercializar el célebre simulador de vida en Japón no lograrán convencer a la marca estadounidense. Finalmente, en 1968, Tommy adquiere los derechos de explotación de «El juego de la vida», con el que obtiene unos resultados impresionantes. De hecho, Jinsei Game sigue siendo el juego de mesa más vendido en Japón (en 15 años, se vendieron más de 10 millones de unidades). Consciente de haber perdido una oportunidad de oro, Nintendo lanza en 1969 su propia versión. Con algunas reglas nuevas y posibilidades innovadoras, el **Unmei Game (The Destiny Game)** obtendrá excelentes resultados, aunque el éxito cosechado no pueda compararse con las ventas de su competidor.

Se emite un anuncio en todas las cadenas de televisión durante los programas infantiles. Su eslogan, como era de esperar, preguntaba «¿Cuál es tu destino?».



Publicidad en TV de Unmei Game



Existe una segunda versión de la caja de Unmei Game, además de una variante del juego, la versión «Deluxe» del Destiny Game (1973).

Juegos de mesa

Sono Game ソノゲーム

Década de 1960 Precio: 380 yenes

Anuncios TV: No

Variantes: 7 envases

Sono Game es uno de esos juegos de Nintendo basados en un concepto impreciso y a la vez híbrido. En las carátulas de los cinco modelos existentes se explica que son «Juegos de mesa musicales». El catálogo, por su parte, promociona los juegos con la frase «Juega escuchando una música maravillosa».

Lo normal sería pensar que los discos de 33 rpm asignados a los distintos juegos tienen alguna relación con estos, o que los dos medios (juegos y música) están tan íntimamente ligados que no pueden utilizarse por separado.

Nada de eso. Los temas seleccionados no tienen absolutamente nada que ver con los juegos, la idea es sencillamente escuchar música mientras se juega...

Las unidades de Sono Game, vendidas a 380 yenes con dos tableros distintos (con piezas y cartas) y dos discos, son muy baratas para la época. Por desgracia, estas atrevidas iniciativas de Nintendo no llegarán al público deseado, puesto que se distribuirán en las tiendas de discos en lugar de las jugueterías.



El principal problema de este producto es que las caras de los discos contienen sólo entre 10 y 15 minutos de música, por lo que para abarcar la duración media de una partida hay que volver a reproducir el vinilo y escuchar una y otra vez los mismos temas...

El estudio del catálogo Sono Game nos permite descubrir varios detalles sobre este artículo original pero sin un auténtico concepto. Como hemos señalado, existen cinco modelos (A Set - E Set) y cada uno de ellos incluye dos juegos y dos discos de 33 rpm. En cada cara podemos encontrar dos temas conocidos de música clásica, jazz, folclore occidental o música japonesa. Como cabía esperar, los discos nos ofrecen las ineludibles **Jingle Bells**, **Loreley**, **Troika**, **Olas del Danubio** y temas nipones como **O Edo Nihonbashi**, **Furusato** o **Kuroi Hitomi**.

Todas estas piezas se presentan adaptadas e interpretadas por músicos locales de cierto renombre, como la **Tokyo New Sounds Orchestra**, los **Tokyo Cuban Boys** o la **TV Kobo Jazz Orchestra**.

Los juegos propuestos también son grandes clásicos japoneses del juego de mesa, como el **Dalya Game**, el **Baseball**, el **Juego del Alpinista** o el **Juego de la Reina**. Cada unidad incluye una amplia hoja con las reglas en el anverso y las letras en el reverso. Las cajas, que se abren como un libro, también ofrecen las partituras de las principales obras.

Cabe señalar que, como se observa en la siguiente foto, el logotipo de Nintendo en cada disco no es el mismo que el que aparece en las cajas sino un as de picas, como en las barajas de cartas de la firma.



El catálogo Sono Game



♪ さまざまな音楽を聞きながらゲームが楽しめるソノゲーム

新しい調曲
日本一流プレイヤーの素晴らしい演奏

これだけのゲームに入っている曲です。なつかしい歌、懐かしい曲、新しい歌が豊富に収録されています。遊んでいる間に、一流音楽家の手による美しいサウンドに感動し、新しいサウンドの世界へご案内します。ゲームのイメージとイメージを表現した音楽を収録しています。

解説 本カタログには、各セットの収録曲のリストを掲載しています。また、各セットの収録曲のリストを掲載しています。

Aセット

¥380

ゲーム: ダイヤゲーム 箱付
レコード: 101 BASSARA 箱付
レコード: 102 BASSARA 箱付

Bセット

¥380

ゲーム: ベンサムゲーム 箱付
レコード: 103 BASSARA 箱付
レコード: 104 BASSARA 箱付

Cセット

¥380

ゲーム: モンクンゴット 箱付
レコード: 105 BASSARA 箱付
レコード: 106 BASSARA 箱付

Dセット

¥380

ゲーム: 地球ゲーム 箱付
レコード: 107 BASSARA 箱付
レコード: 108 BASSARA 箱付

Eセット

¥380

ゲーム: シンクゲーム 箱付
レコード: 109 BASSARA 箱付
レコード: 110 BASSARA 箱付

Round Game ラウンド ゲーム

Año: 1969 Precio: 1.480 yenes

Anuncios TV: 1

Variantes: 5 modelos

En 1969, Nintendo saca simultáneamente una serie de cuatro juegos que decide llamar **Round Game Series**. Un quinto modelo será lanzado unas semanas después.

La originalidad de esta gama radica en que el tablero, las piezas y la ruleta ocupan una superficie redonda de unos 50 cm de diámetro, protegida por una tapa de plástico transparente. Además del interés suscitado por la insólita forma de los juegos, el contenido (de 2 a 4 jugadores) también es de alta calidad. Formados por conceptos totalmente originales, los Round Game constituirán un gran triunfo en la historia de Nintendo.



Genkin Yuso Game

Vendido tras el célebre robo de 300 millones de yenes de 1968, este «juego del transportista de fondos» consiste en pasar por todos los bancos para recoger las maletas de billetes (antes que los demás) y llevarlas a buen puerto.



My House Game

En este juego tenemos doce meses para ahorrar todo el dinero posible y comprar una de las dos casas de nuestros sueños.



Time Race Game

Gracias a la máquina del tiempo, podremos recorrer siete grandes periodos de la historia mundial. ¡No te olvides de volver con pruebas de tus viajes!



□ **Rocket Game**

¡La carrera por la conquista de la Luna está en pleno apogeo! ¡Aluniza, recorre la superficie del astro y marchate antes que tus rivales, además de dejar una prueba de tu paso!



□ **Thriller Game**

¡Mide tu suerte con la calavera mecánica que se mueve por el tablero de juego de forma aleatoria! ¿Tus asustados personajes conseguirán mantenerse en pie?

□ **Publicidad en TV**

¡El anuncio de la serie de los Round Games es larguísimo! Se necesitó prácticamente un minuto para poner en escena a los cuatro primeros modelos de la gama.



No se emitirá ningún otro anuncio para presentar el quinto modelo de la serie (My House Game).



□ Yakyu Game

Para competir con el increíble éxito del modelo de la empresa Epoch, Nintendo saca su propia versión del célebre juego de béisbol sobre tablero. También existe en una versión Disney.

Década de 1960 Precio: 200 yenes



□ Star-Tanjo Game

¿Bailarina? ¿Cantante? ¿Actriz? ¿O gran figura de la moda? ¡Un juego creado para que las niñas puedan mostrar la estrella que llevan dentro!

Año: 1974 Precio: 1.700 yenes



□ Manga Nippon Mukāshi Banashi Game

Selección de seis juegos de mesa clásicos pero adaptados al universo de las leyendas japonesas. Los decorados y personajes se inspiran en los dibujos animados del mismo nombre.

Después de 1975 Precio: 1.000 yenes



□ Custom 7 & Custom 11

Dos maletines, ideales para llevar de viaje, que contienen una selección de siete u once grandes juegos de reflexión (ajedrez, damas) o de azar (ruletas, etc.).

Década de 1970 Precio: 2.500 yenes



■ Auction Game

En Auction Game, los jugadores deben conseguir comprar muchas antigüedades y después revenderlas al mejor postor. ¡Un juego que necesita estrategia y suerte!

Año: 1972 Precio: 2.500 yenes



□ Extra 4

Cuatro grandes clásicos (parchís, ruleta, póquer y máquina tragaperras) en una caja de juegos reunidos para toda la familia.

Año: 1970 Precio: 1.500 yenes



□ Challenge Game

¡Los caminos de la vida son tortuosos!
¡Razón de más para probar distintas profesiones y encontrar nuestra vocación!
¿Cuántas pruebas conseguirás pasar?

Año: 1970 Precio: 1.700 yenes



□ Casino Game

¿Qué tal andas de suerte? La necesitarás para ser el primero en recorrer el casino y ganar todo el dinero posible en cada prueba.

Año: 1972 Precio: 2.500 yenes



□ Drive Game

En este juego, deberás conducir por las calles de la ciudad respetando todas las señales de tráfico. ¡Cuidado con los excesos de velocidad!

Año: 1973 Precio: 2.000 yenes



□ Scoop Auction Game

¡Sé el primero en recuperar los diez objetos extremadamente valiosos repartidos en varias salas de subastas de gran prestigio! Para ganar la partida serán muy útiles la suerte y la intuición.

Año: 1973 Precio: 2.500 yenes



□ Kogarashi Monjiro

Kogarashi Monjiro podría considerarse, salvando las distancias, el Curro Jiménez japonés. El juego se inspira en la serie de televisión emitida por el canal Fuji a partir de 1972. Las aventuras de Monjiro, interpretado por **Atsuo Nakamura** (cuya imagen aparece en ambas versiones de la caja), se sitúan en la década de 1830 y narran las adversidades de un vagabundo solitario que recorre los pueblos de Japón.

Año: 1973

Precio: 1.400 yenes



■ **Kuni-Tori Gassen Game**

Adaptación para tablero de la serie de televisión emitida por el canal NHK a partir de 1973. Un juego de estrategia que se desarrolla durante el reinado del sogún Oda Nobunaga (s. XVI).

Año: 1973 Precio: 1.700 yenes



■ **Mafia Game**

Deberás infiltrarte en una familia de mafiosos y recorrer el país para imponer tu ley. Cosechó un gran éxito y pasó muy pronto a la categoría de «edición agotada», como prueban varios catálogos.

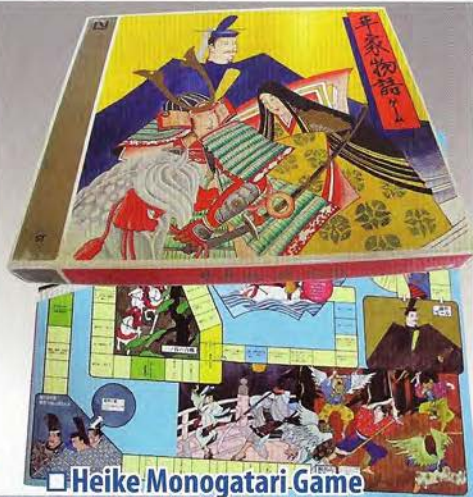
Año: 1973 Precio: 1.800 yenes



■ **Nihon Retto Kaihatsu Game**

¡El Japón de los setenta es testigo de grandes proyectos y reformas! ¡Participa en su desarrollo y convierte al país en una nación a la vanguardia de la modernidad!

Año: 1974 Precio: 1.500 yenes



■ **Heike Monogatari Game**

En este juego, cuyo contenido se inspira en hechos históricos, los jugadores deberán escoger entre los Minamoto y los Taira para viajar al s. XII y revivir una de las mayores epopeyas de Japón.

Año: 1974 Precio: 1.400 yenes



□ Napoleón

Con su eslogan «Un juego donde no cabe lo imposible», Nintendo utiliza la figura del emperador Napoleón para crear una variante estratégica entre las damas y el othello.

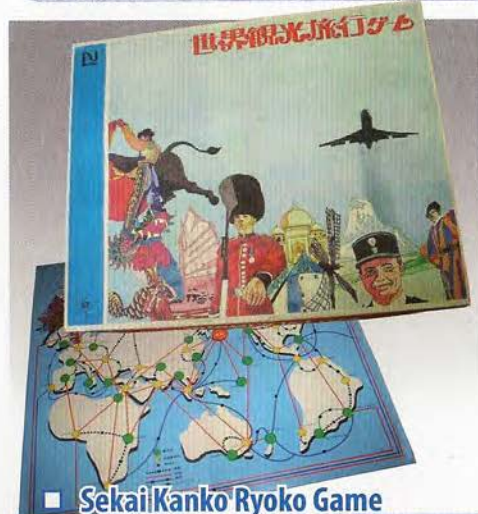
Década de 1970 Precio: 2.500 yenes



□ Naruheso Kun Game

Basado en un manga del mismo nombre (del autor **Ao Yamane**), esta adaptación del héroe que lucha con su ombligo nos obligará a atravesar numerosas zonas hostiles.

Década de 1960 Precio: desconocido



■ Sekai Kanko Ryoko Game

Con poco dinero en el bolsillo, ¿qué ruta elegirás para dar la vuelta al mundo? El juego incluye unas postales ilustradas muy bonitas.

Año: 1974 Precio: 1.400 yenes



□ Panda To Asobo Kateiban

En 1972, China regala el primer panda a un zoológico japonés. Esta compilación ofrece, a un precio módico, ocho juegos para niños dedicados a este animal tan popular.

Año: 1972 Precio: 600 yenes



□ Ultra Q Game

Sin que sirva de precedente, el objetivo de este juego basado en la familia de los héroes «Ultra» es elegir un monstruo y recorrer la ciudad... ¡para reducirla a cenizas!

Año: 1967

Precio: 350 yenes



□ Uchuu Ace Game

Basado en unos dibujos animados de ciencia ficción populares en los sesenta (también emitidos en Australia en 1968 como **Space Ace**), este juego presenta un desarrollo clásico.

Año: 1966

Precio: 350 yenes



□ Ultra Seven Game

Ultra Seven, basado en la serie **Ultra Q** (de los mismos realizadores que **Ultraman**), se juega con unas cartas donde encontramos las ilustraciones de los monstruos más emblemáticos de la licencia.

Año: 1967

Precio: 400 yenes



■ Ultraman Game

Nintendo necesitará muchos meses para conseguir la licencia de explotación del célebre salvador de la humanidad. Sobre precisar que, hoy en día, este juego es una verdadera pieza de colección...

Año: 1968

Precio: 400 yenes

Juegos de mesa



■ Kamen No Ninja Akakage Game

Existen dos versiones de este juego. La primera está basada en el manga de Mitsuteru Yokoyama y la segunda en su adaptación televisiva, donde vemos combatir ninjas contra monstruos del espacio.

Año: 1968 Precio: Unos 1.000 yenes



■ Challenge Ball

¡Ponte tus gafas de papel (para no ver nada) e instálate en el tapete con un amigo! ¡Gana el primero en colocar las bolas de su color en los anillos! ¡Además, está permitido quitar las del adversario!

Año: 1970 Precio: 1.200 yenes



□ Handy Pack Series

Los Handy Pack son adaptaciones de juegos de mesa de Nintendo ya disponibles en otras series, pero estos modelos se fabrican con materiales ligeros y poco voluminosos para los viajes. Hay cinco modelos: Shopping Game, 101 Piki Wanchan Daikoshin (101 Dálmatas), Dobutsu Game (El juego de los animales), Drive Game, A.I.U.E.O Game (El juego de las sílabas).

Año: 1970

Precio: 350 yenes



□ Sasuke Game

Juego de mesa directamente inspirado del manga (después un anime) epónimo creado por Sanpei Shirato a mediados de los sesenta. Los jugadores reviven las aventuras de Sasuke, el pequeño ninja.

Año: 1969 Precio: 400 yenes



■ OsomatsuKun Game

Basado en un manga muy popular de principios de los sesenta (de Fujio Akatsuka), este juego requiere que el jugador ayude a sus personajes a encontrar su ropa antes que los demás.

Año: 1969 Precio: Desconocido



□ Chinken Hakkuru Game

Basado en dibujos animados de los estudios Hanna-Barbera de los sesenta, para nosotros más conocidos con el nombre de Huckleberry Hound, los jugadores deben sacar al héroe de la isla desierta.

Año: 1964 Precio: Unos 500 yenes



□ Stop! Nii chan Game

Stop! Nii chan es un manga de Hisashi Sekitani que narra las aventuras de un atrevido adolescente. Destaca en todos los deportes, y sobre todo en el béisbol, el centro de este juego.

Año: 1966 Precio: 350 yenes

Publicidad en TV de Jungle Game



Jungle Game ジャングルゲーム

Década de 1970 Precio: 1.200 yenes

Anuncios TV: 1 Variantes: 1



Este juego, que quizá hubiese sido mejor llamar **Safari Game**, sitúa a los jugadores (hasta cuatro) en la piel de un cazador. El objetivo es recorrer las rutas de la extensa llanura y encontrar el mejor momento para capturar alguno de los numerosos animales salvajes con la jaula.

Las Vegas Game

ラスベガスゲーム

Década de 1970 Precio: 1.400 yenes

Anuncios TV: 1 Variantes: 1



Al igual que el Casino Game (pág. 127), Las Vegas te deja recorrer todas las grandes salas de juego de la ciudad. La dificultad radica en que para pasar de un casino a otro hay que tener suerte y contar con algo de dinero...

Publicidad en TV de Las Vegas Game



Juegos Disney

ディズニーシリーズ

Desde 1963 Precio: Varios

Anuncios TV: 1 Licencia: Disney

Variantes: Una treintena

Las relaciones entre Nintendo y Disney no se limitaron al uso de los personajes en las barajas de cartas. Su colaboración se extendió a otros ámbitos, como el de los juguetes y juegos de mesa. El primero de ellos fue **Walt Disney Fantasyland**, lanzado en la primera mitad de los sesenta (posiblemente en 1963), una adaptación para tablero del gran parque de atracciones estadounidense.

La popularidad de Mickey y de sus amigos en el Japón de finales de los sesenta (sobre todo gracias a la inauguración de **Tokyo Disneyland**) era tan grande que bastaba con una única ilustración en una caja para que ésta se vendiera como rosquillas. Nintendo aprovechó al máximo la situación para reciclar algunos de sus antiguos productos simplemente añadiendo imágenes de los héroes norteamericanos, algo que funcionó de maravilla.

Así hizo, por ejemplo, con el **Yakyu Ban** (un juego de béisbol, ver pág. 126) que en su versión original nunca consiguió seducir tanto como el modelo de su competidora Epoch.

Sin embargo, aparte de unos pocos juegos de mesa creados especialmente para la ocasión, sobre todo se sacaron al mercado innumerables «compilaciones» de juegos de mesa familiares (Kateiban).

Cada modelo representaba una excelente ocasión para poner en escena a un personaje en decorados adaptados, y los Kateiban solían incluir entre seis y ocho juegos, como por ejemplo una adaptación del parchís y otra de las damas chinas.



Disney Board Game Deluxe



Disney Charm Game



Disney Family Game



Disney Yakyu Ban (1963)



Juegos de mesa Disney Hoy, resulta difícil indicar un precio y una fecha exacta de lanzamiento para todos los juegos presentados aquí. No obstante, ha quedado más o menos establecido que los primeros Kateiban se comercializaron entre 1963 y 1965. Las versiones Deluxe, por su parte, parecen datar de principios de los años setenta. Los precios oscilan entre 600 yenes para los primeros y 1.500 yenes para los más completos.



Disney no Kateiban



Disney Kateiban



Kateiban



Kateiban



Disney Kateiban Deluxe

Los siete enanitos



Happy Prince



Disney Kateiban Deluxe



Existen varias versiones de Disney's Rocket Game.



Walt Disney's Fantasyland Game (1963) es probablemente el juego de mesa Nintendo/Disney más antiguo.



Disney Game Osama no Tsurugi (La espada del rey/Merlin el encantador)



Disney Peter Pan Game



Disney Donald Duck no Uchu Ryoko Game (El viaje al espacio del pato Donald)



Disney 101 Piki Wanchan Daikoshin Game

□ Juegos de mesa Disney



Disney Mickey Mouse no Boken
(Mickey Mouse Adventure Game)



Disney no Subarashii
Iro no sekai Game
(Wonderful World of
Color Game)



Disneyland Otono
no Kuni Game
(Fantasy Land
Game)



Disney Wanwan Monogatari Game
(Lady and the Tramp Game)

Disneyland Game

ディズニールンドゲーム

Año: 1968 Precio: 900 yenes

Anuncios TV: 1 Licencia: Disney

Variantes: 1



En los sesenta, el sueño americano se vende muy bien en el extranjero, y en Japón quizás más que en otros lugares del mundo. El parque de atracciones Disneyland, pese a estar muy alejado, atrae a un número creciente de turistas japoneses y hace sonar a miles de niños a través de las revistas y folletos turísticos. Posteriormente, la visita oficial del emperador Hirohito y sus elogiosos comentarios bastarán para que se ampare de Japón una auténtica locura por Disneyland. Es exactamente en ese momento cuando Nintendo saca al mercado un gran juego de mesa centrado en el famoso parque temático.

En el momento en que Yamauchi había creado **Fantasyland**, la situación aún no era lo suficientemente propicia como para esperar buenos resultados en términos de ventas. Con este nuevo juego, que además disfrutará de un anuncio en televisión, Nintendo logrará obtener excelentes resultados y convertirá este viaje lúdico a las cuatro primeras secciones de Disneyland en uno de sus mayores éxitos.

Publicidad en TV de Disneyland Game

Al principio del anuncio se ve un plano del gigantesco parque de atracciones convertido en juego de mesa. Poco a poco, la cámara se acerca a algunas de las principales atracciones. El anuncio termina con las risas de la familia japonesa culturalmente occidentalizada.



本格しどろ部ゲーム

¥1,400 (1年10ヶ月保証付)

「あつにはあつりもの……」
テレビで見たあつり人傑作

世界観光旅行ゲーム

¥1,200 (1年10ヶ月保証付)

多岐に渡る国で楽しく世界一周するゲーム
世界各所のランドマークをめぐります

マフィアゲーム

¥1,800 (1年10ヶ月保証付)

映画「ゴッドファーザー」の内幕を
あつりながら楽しむゲーム

平家物語ゲーム

¥1,400 (1年10ヶ月保証付)

あつりながら歴史の戦いをもっとわかる
ゲームに臨んで楽しむゲーム

日本列島開発ゲーム

¥1,400 (1年10ヶ月保証付)

あつりながら日本の発展を
ゲームで楽しむゲーム

楽しさがいっぱい!
任天堂の
アイデア商品

カスタム11
¥2,500 (1年10ヶ月保証付)

サッカーに特化したミニゲーム
11種類のチームが活躍します

エクストラ4
¥1,500 (1年10ヶ月保証付)

競馬、ホース、スロット、カード、ゲーム
4つのゲームが楽しめます

荒野のガンマンゲーム
¥1,400 (1年10ヶ月保証付)

あつりながら西部の冒険を
スリムボディで楽しむゲーム

エレコング
¥9,800 (1年10ヶ月保証付)

カウボーイとエレファントの
対決をテーマにした
ゲーム

タイムショック
¥1,800 (1年10ヶ月保証付)

あつりながらタイムショックの
面白さを再現した
ゲーム

運命ゲーム
¥1,400 (1年10ヶ月保証付)

あつりながら運命の
転機を体験する
ゲーム

ラスベガス
ゲーム
¥1,400 (1年10ヶ月保証付)

カジノの面白さを
ゲームで楽しむ
ゲーム

ホッピングゲーム
¥980 (1年10ヶ月保証付)

あつりながらホッピングの
面白さを再現した
ゲーム

ツイスター
¥800 (1年10ヶ月保証付)

あつりながらツイスターの
面白さを再現した
ゲーム

ウルトラマン
¥1,480 (1年10ヶ月保証付)

あつりながらウルトラマンの
面白さを再現した
ゲーム

ダイナミックサッカー
¥1,980 (1年10ヶ月保証付)

あつりながらダイナミック
サッカーの面白さを
再現したゲーム

チャレンジボール
¥1,200 (1年10ヶ月保証付)

あつりながらチャレンジ
ボールの面白さを
再現したゲーム

ウルトラハンド
¥800 (1年10ヶ月保証付)

あつりながらウルトラ
ハンドの面白さを
再現したゲーム

Capítulo 5

Los juguetes electrónicos



ウルトラマシン





Love Tester

ラブテスター

Año: 1969

Precio: 1.800 yenes

Anuncios TV: 1

Variantes: 2

El Love Tester es uno de los juguetes más buscados por numerosos admiradores de la firma. Es más, pese a no a ser el más difícil de encontrar, sin duda alguna es el más insólito de todos los productos de la marca Nintendo. También imaginado y desarrollado por el productivo Gunpei Yokoi, el Love Tester es el primer artículo de la empresa que cuenta con auténticos componentes electrónicos. Creado para comprobar las afinidades amorosas de dos personas, este juguete para *young ladies and men* disfrutará de una importante campaña publicitaria en televisión, con un anuncio que hoy en día se ha convertido en un objeto de culto.

El Love Tester es muy fácil de utilizar: dos personas deben darse la mano y, con su mano libre, agarrar una de las bolitas de metal. A continuación, una aguja indica un resultado (utilizando una escala de 0 a 100 unidades de amor).

Desde el punto de vista científico, en realidad se trata de un simple medidor de conductividad, pero en 1969 muchos jóvenes japoneses se prestan al juego. Gunpei Yokoi llegará incluso a decir que la aguja da mejores resultados si se besa a la chica... Existe una versión Mini Game Series, y también hay varios modelos con envases distintos que incluyen instrucciones en inglés, puesto que el Love Tester forma parte de los productos de la marca Nintendo que la empresa distribuyó fuera de las fronteras niponas en los años sesenta. Por desgracia, hoy en día es imposible saber cuántas unidades se enviaron al extranjero para ser vendidas y cómo fue recibido el juguete por los usuarios.



ラブテスターは
ふたりの愛を結ぶ
キュービット

LOVE TESTER

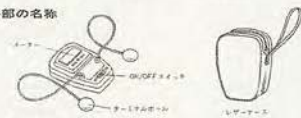
熱烈カップルは
だれとだれ……
ラブテスターが
お答えします

ラブテスターはふたりの愛情度をはかる痛快な遊具品。あなたの手にもどら……結婚のチャンス。感じちゃったらメーターは一層あがります。



ラブテスター (Love Tester)

各部の名称



ラブテスターの使い方

スイッチを“ON”にして、赤と黒のリード線の先についているターミナルボールをにぎって握手すると、エレクトロニクス回路をとおして、メーターの針が動き、その指針がメーターの文字盤の数を示します。例えば“70”の所を針が示せばその人と人の愛情度は“70ラブ”といえます。

- ぬれた手でターミナルボールをにぎったり、握手したりしますと、正しい測定はできません。
- 使用しない時は必ず、スイッチを“OFF”にしてください。

乾電池の入れ方



単三乾電池を内部の図に示された(+)、(-)の方向に合わせて入れます。

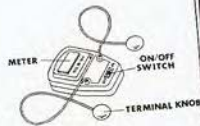
コインでうら側のビスを定へ
囲わしてうら蓋をはずします



任天堂株式会社

〒100 東京都千代田区千代田1-1-1

LOVE TESTER!!!!



HOW TO OPERATE THE "LOVE TESTER"

- One Person:**
- 1— Turn switch to 'on' position.
 - 2— Grasp one terminal knob in the palm of each hand.
 - 3— Meter indicates the "strength of love."

- Couples:**
- 1— Turn switch to "on" position.
 - 2— Each person grasps one of the terminal knobs in the palm of one hand—then hold hands with the other.
 - 3— Meter indicates the "strength of love for each other."

NOTE: When not in use, turn switch to "off" position to conserve battery.

HOW TO REPLACE BATTERY

- 1— Unscrew both on the back of the meter and



MADE IN JAPAN

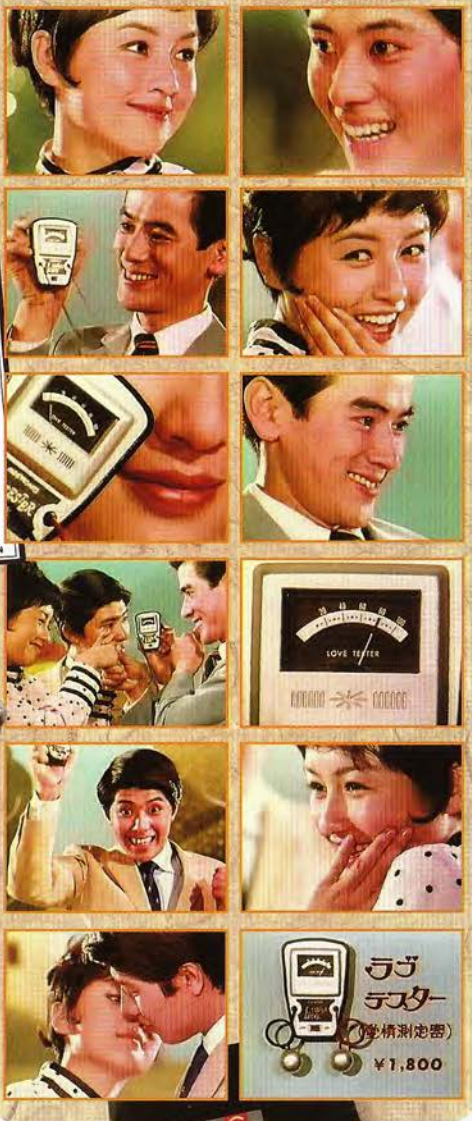


Versión internacional e inserta del Love Tester mostrada en EE.UU.

El Love Tester vendido en el envase Mini Game es una versión muy codiciada hoy en día.



Publicidad en TV del Love Tester



Drive Game

ドライブゲーム

Año: 1966

Precio: 3.800 yenes

Anuncios TV: No

Variantes: 1

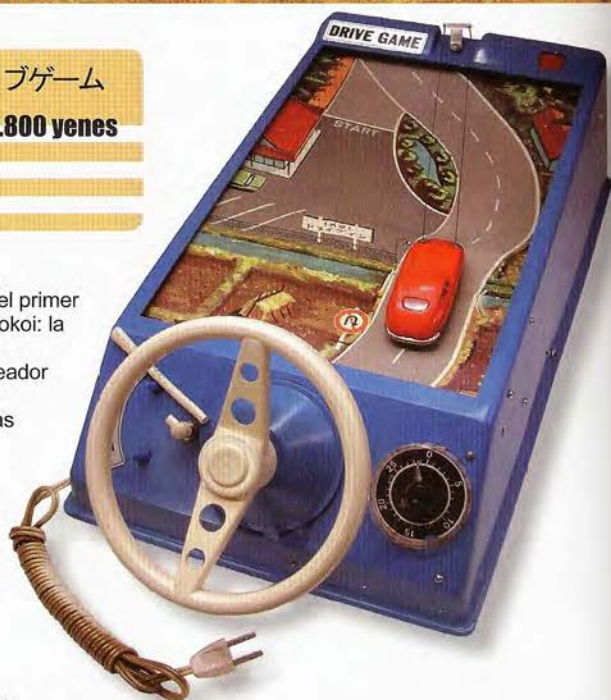
En 1966, Nintendo comercializa el primer juguete y gran éxito de Gunpei Yokoi: la **Ultra Hand**.

Para su siguiente proyecto, el creador se inspira en las atracciones que suelen encontrarse en las azoteas de los grandes almacenes de Japón, donde los jugadores deben conducir un pequeño vehículo por una alfombra que se desenrolla a medida que avanza la carrera: **Drive Game**. Decide ofrecer a los niños la posibilidad de jugar a esta imponente atracción en su propia habitación.

Además, se trata del primer intento de Nintendo de fabricar un producto que necesite una fuente de energía eléctrica para funcionar.

El juguete, que utilizaba un motor muy ruidoso (¿para darle más realismo?), también permitía que los niños ajustaran la velocidad del coche (deslizamiento de la carretera) con una pequeña palanca. La estructura interna del Drive Game era muy complicada y frágil para la época, y diversos documentos mencionan la existencia de un gran número de unidades defectuosas que Nintendo debió reparar. Aunque no cosechó el éxito esperado, el juguete fue aplaudido unánimemente por los profesionales, que alabaron su originalidad.

Hoy, Drive Game es considerado uno de los juguetes más difíciles de encontrar de la empresa. Muchas fuentes afirman que a Nintendo no le queda ni un solo ejemplar en sus instalaciones...





Ultra Machine ウルトラ マシン

Año: 1967

Precio: 1.480 yenes

Anuncios: 1

y 2.800 yenes

Variantes: 2 versiones y 5 cajas

Durante el extenso periodo de venta del Ultra Machine, también se venderán pelotas de repuesto (12 por 100 yenes) de diferentes tipos (como las de pequeños cráteres), que permiten variar los efectos de la trayectoria al ser lanzadas.



Un año después del éxito de la Ultra Hand, en 1967, Gunpei Yokoi decide reincidir y vuelve a provocar una auténtica histeria entre los niños al crear el segundo juguete de su serie «Ultra»: Ultra Machine, un lanzador de pelotas muy parecidas a las utilizadas para jugar al ping-pong. Cuando el dispositivo envía las pelotas, los niños, con un bate de plástico, pueden disfrutar de la ilusión de jugar al béisbol, un deporte extremadamente popular en Japón.

Gracias a una ambiciosa campaña de promoción difundida durante las retransmisiones televisivas de los partidos de la liga profesional japonesa, el producto rápidamente se convierte en un fenómeno de moda (800.000 unidades vendidas el primer año y más de un millón el segundo). Los niños por fin pueden sentir en su propia casa las emociones de los centros de bateo que abundan en la ciudad, sin miedo a cargarse todo lo que encuentren a su paso. Las instrucciones incluso afirman que las pelotas de plástico, de dos gramos, no romperán ningún cristal.

Varias variantes saldrán al mercado, como por ejemplo, en 1974, tres versiones DX (Deluxe) que ofrecen, por 2.800 yenes, una mejor estabilidad de lanzamiento, un nuevo bate y un plástico rediseñado y de mejor calidad.

También cabe destacar tres presentaciones que muestran a los dos grandes «reyes del home run» del béisbol japonés de la época (Sadaharu O, de

雪印
スティック
チーズ

常印 スティック チーズ

毎週毎週
ホームラン
いまスゴイ人気のバットイング・マシンが
毎週100台当たる!!

※毎日500円以上のお買い物をすると、毎日100台当たる!!
※毎日500円以上のお買い物をすると、毎日100台当たる!!
※毎日500円以上のお買い物をすると、毎日100台当たる!!

※毎日500円以上のお買い物をすると、毎日100台当たる!!
※毎日500円以上のお買い物をすると、毎日100台当たる!!
※毎日500円以上のお買い物をすると、毎日100台当たる!!

Promoción publicada en una revista que ofrecía a los consumidores de Stick Cheese Yukijirushi la oportunidad de llevarse varios regalos. El premio gordo: Ultra Machine.

Publicidad en TV del Ultra Machine

Una publicidad muy divertida contribuyó al éxito del Ultra Machine. En el anuncio podemos ver a un joven padre jugando al béisbol con sus hijos en el salón, mientras la madre cocina. De repente, la pelota blanca aterriza en una ensaladera llena de huevos. La madre no se da cuenta de que se trata del juguete de los niños hasta que trata de romper uno. El juego retoma su curso, envuelto en las risas de toda la familia.



los Gigantes de Tokio, y Koichi Tabuchi, de los Tigres de Osaka). La última versión de la serie DX, sin embargo, se ilustrará sin ninguna estrella. Recientemente, las investigaciones también han permitido dar con un modelo insólito de Ultra Machine: ¡la versión internacional del juguete!

Hasta el momento, sólo se han encontrado dos ejemplares: uno en EE.UU. y otro en Australia. Esas versiones extranjeras, con la marca Nintendo y comercializadas en 1967, se llaman «Sluggger Mate» e incluyen unas instrucciones íntegramente redactadas en inglés.

Hoy, el Ultra Machine sigue produciéndose en Japón, pero es la marca Tenyo la que posee sus derechos.



En 1974 sale una versión DX (Deluxe), con un diseño más redondeado y un dispositivo que ya no hay que montar antes del primer uso. Además, el bate es más largo y está más logrado.

El resorte es útil para ajustar la trayectoria de los lanzamientos, en función del lugar donde se haya colocado el juguete.



Si nos creemos lo que pone en el folleto del juguete, una sola pila permite que el Ultra Machine realice más de 3.200 lanzamientos. El cargador azul puede contener hasta 10 pelotas.



SLUGGER MATE



SLUGGER MATE

2,200 strikeouts with one UM-1 battery.

Now kids can hit just like big league hitters !!!

Complete Set



TO INSTALL



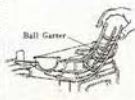
Ball control spring adjust to 11 o'clock position.



Remove lid of battery box and set UM-1 battery as shown in picture and rubber lid.



Fit ball garter support to operating unit.



Ball Garter



- Put one ball into ball garter, then switch on.
- Available to put balls into ball garter while running.
- Select high or low position on ball control exta, convenient to your hitting.
- Place yourself about 5 to 7 meters from pitching machine. And to hit ball well, get this unit on table, desk, or similar case.
- To avoid breaking mechanism or hurting others, balls are made of soft plastic (EVA/PE).

CAREFUL !!!

- Pitching machine is a battery operated appliance, so follow general precautions:
- Never touch revolving arm while running.
 - Do not approach closely while running.
 - Avoid rough handling of the plastic parts.

CHECK !!!

To stop the revolving arm does not revolve even if the motor is running, the sensor of arm is automatically tightened and arm will work soon.

Complete Picture



Recientemente, se han descubierto en EE.UU. y en Australia dos ejemplares de la versión exportada de Ultra Machine, llamada Slugger Mate. Ambos juguetes son una prueba más de que Nintendo intentó introducirse en los mercados occidentales del juguete desde finales de los sesenta.

NINTENDO PLAYING CARD CO., LTD.

Printed in Japan

SLUGGER MATE

Nintendo
MADE IN JAPAN

SLUGGER MATE

BATTERY OPERATED
PITCHING MACHINE

BATTERY NOT INCLUDED

Juguetes electrónicos

Space Ball

スペースボール

Año: 1971

Precio: 800 yenes

Anuncios TV: 1

Variantes: 1



Con su sistema de rotación motorizado, Space Ball realmente es el trompo eléctrico del futuro. Cuando se aprieta el botón rojo, la peonza adquiere velocidad automáticamente. A continuación, el jugador es libre de verla girar sobre todas las superficies posibles o probar su destreza haciéndola pasar de un lado a otro del juguete, con auténticos malabarismos.

En el momento de la comercialización del Space Ball, se emite un anuncio en televisión que muestra a dos niños lanzándose los objetos en movimiento de una base a otra, con una habilidad impresionante.

El nombre de «space ball» se debe a la forma de las dos peonzas que vienen en cada caja. Simbólicamente, recuerdan a Saturno y a sus famosos anillos. Con este juguete, Nintendo firma un producto ingenioso, original, que tendrá bastante éxito.

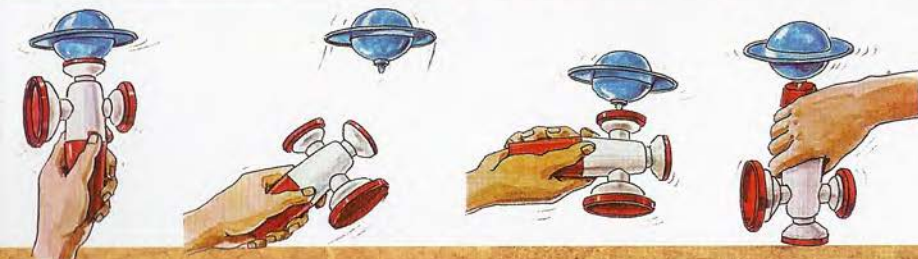
スペースボールの遊び方

① 各パーツの内容

② 電電池の入れ方

③ 遊び方

任天堂株式会社



Yakuman probablemente sea la respuesta de Gunpei Yokoi a una demanda de los adultos tras el lanzamiento de los **Game & Watch** de sus hijos. Así es, en 1982, Yokoi decide revisar su producto estrella con pantallas LCD y ofrecer un modelo orientado directamente a un público adulto.

Inventa una máquina con una gran pantalla LCD utilizada para visualizar las piezas de Mahjong y un microprocesador programado para poder jugar contra un humano. Con un tamaño compacto y muy fácil de utilizar, el juguete de inmediato encuentra su lugar en los maletines de innumerables hombres de negocios.

Pese a su elevado precio (16.800 yenes), el Yakuman, primer simulador electrónico portátil de Mahjong, realiza una entrada notable entre el público adulto.

También se pone a la venta, a un precio de 2.000 yenes, un accesorio: un cable que permite unir dos máquinas entre ellas y proponer partidas de hasta cuatro jugadores (dos humanos y dos ordenadores).



Yakuman コンピュータ麻雀
Computer Mah-jong 役満
Año: 1982 **Precio: 16.800 yenes**
Anuncios TV: No **Variantes: 1**



El cable link permite una partida con cuatro jugadores.



El manual de instrucciones del Yakuman.



Arriba: Folleto publicitario. Izquierda: Adaptador vendido por separado.



My Car Race マイカーレース

Año: 1965 Precio: 2.500 yenes

Anuncios TV: No

Variantes: 1

Desde la organización de las primeras carreras de automovilismo, los deportes de motor siempre han apasionado a la mayoría de los niños. Además, en la época de los Juegos Olímpicos de Tokio, Japón vive un importante desarrollo de su parque automovilístico. Toyota logra imponer un sistema económico que por fin permite al japonés medio comprarse su propio vehículo. Nintendo aprovechará ese auge para ofrecer un juguete relacionado con los coches.

Poco antes de la llegada de los primeros verdaderos circuitos eléctricos, que invadieron la mayoría de las habitaciones infantiles durante las décadas de los setenta y ochenta, la empresa desarrolla un ingenioso circuito. Gracias a un sistema de «ascensor» eléctrico, los cochecitos de plástico, cargados con una minúscula bola de plomo, son llevados hasta la parte superior de la pista en forma de ocho e inclinada, que arrastrará a los bólidos a una desenfundada carrera hasta los pies del susodicho elevador.

La originalidad del juguete, presentado en una caja gigantesca, ante todo radica en la forma mecánica de elevar los vehículos. Así es, un simple cálculo permite constatar que todas las vías del recorrido tienen la misma longitud, para garantizar una igualdad sin fisuras. Sin embargo, los ganchos en las bandas del ascensor están colocados a intervalos regulares pero no alineados, lo que aporta un factor suerte al juego, ya que finalmente nunca se sabe con seguridad qué vehículo subirá en primer lugar y cuál terminará primero después de varias vueltas.





En 1979, Gunpei Yokoi inventa el **Musen Cleaner Chiritori**, un juguete único en su género que muestra muy bien las tendencias de la época (el Japón de los setenta sueña con robots que hagan de todo), así como la filosofía del ingeniero en lo que se refiere a unir lo útil a lo agradable. Bajo el caparazón rojo de este Chiritori se esconde en realidad un robot teledirigido que, además de ser un juguete, ¡pasa el aspirador! El término «chiri» en japonés significa polvo, y «tori» procede del verbo «toru», que quiere decir atrapar.

Al igual que el Lefty RX (ver pág. 166), el Chiritori se controla a través de una frecuencia única (40.680 MHz). Esa restricción limita los costes tecnológicos pero también los desplazamientos del robot, que solamente puede avanzar. Sin embargo, para lograr que el dispositivo pueda girar, Gunpei Yokoi desarrolla un sistema muy inteligente.

Cuando se conecta, un motor impulsa al robot a girar sobre sí mismo indefinidamente, pero cuando el niño pulsa el botón de avance del mando, el aparato deja de girar y avanza en línea recta. Si el niño desea girar y aspirar en otro sitio, sólo tiene que dejar de pulsar el botón y esperar a que el movimiento rotativo coloque al robot en la dirección deseada.

Estos movimientos tan originales son una oportunidad para que los usuarios pongan a prueba sus reflejos y su habilidad, mientras hacen algo provechoso al mismo tiempo...

Chiritori

チリトリー

Año: 1979**Precio: 5.800 yenes****Anuncios TV: 1****Variantes: 1**

■ 取扱い説明書 ■

PAT.P.



このたびは無線クリーナー「チリトリー」をお買いあげいただき、まことにありがとうございます。この「チリトリー」は簡単な操作で自由に動きまわる無線コントロールクリーナーです。手の届かないテーブルの下のホコリ・食後のパンクス・けしごものクスのなどの部分的な掃除に楽しくお使いください。

本体は室内でご使用ください。

任天堂

Ele-conga

エレコンガ

Año: 1970

Precio: 9800 yenes

Anuncios TV: No Variantes: 3 colores

En 1970, también a partir de una idea de Gunpei Yokoi, la **Ele-conga** aparece en los escaparates de las jugueterías. En un primer momento ideado y fabricado para seducir a los jóvenes adultos melómanos, este juego en realidad es una caja de ritmos. El eslogan del producto incluso habla de «un nuevo género de instrumento nacido de la electrónica». Un pequeño periférico (**Ele-conga Auto Player**, vendido a 1.200 yenes) permite reproducir discos perforados de cartón fino y toca automáticamente algunos ritmos conocidos (samba, bossa nova, rumba, etc.). Los usuarios pueden utilizar los cinco botones para añadir otros ritmos latinos con distintas reproducciones de instrumentos (maracas, congas, claves, etc.) y realizar por sí mismos los arreglos de las melodías. Además, el instrumento está disponible en tres colores distintos (burdeos, verde y amarillo). El uso de numerosos componentes electrónicos sofisticados determina el elevado coste de la Ele-conga, y finalmente el juguete obtiene unos resultados muy moderados.



Power Lift

パワーリフト

Año: 1973

Precio: 2.980 yenes

Anuncios TV: 1

Variantes: 2 versiones



Power Lift forma parte de una serie de productos de Nintendo denominados «Juguetes industriales» (aunque éste en realidad es el único). Se trata de una carretilla elevadora teledirigida y distribuida con algunos accesorios: un pequeño tapete que representa un muelle y varios palés.

Con suficiente potencia como para levantar pequeños objetos, el Power Lift tendrá su anuncio en televisión y se presentará en dos cajas distintas, una con un niño y otra con una niña.



El Automatic Ultra Scope, último juguete de la serie de los Ultra, es una especie de periscopio automático y eléctrico vendido a 2.980 yenes.

Los botones «subir» y «bajar» permiten ajustar, con un motor que produce un ruido ensordecedor, la altura ideal de los espejos (hasta 90 cm). Gracias a un procedimiento mecánico muy ingenioso, su inclinación se adapta de forma automática a la altura de la máquina y siempre ofrece una visibilidad óptima.

Varios canales de televisión emitirán un anuncio que muestra el producto en varias situaciones prácticas. Por ejemplo, vemos a los pasajeros de un coche descapotable comprobar el estado de avance de un atasco gracias a su Ultra Scope, o a unos niños disfrutando de un espectáculo de delfines detrás de una masa de adultos.

El producto, tan práctico como lúdico (podemos imaginar fácilmente a los niños jugando a los espías o a las amas de casa mirando encima de los armarios para ver si hay polvo), puede ser utilizado por todas las generaciones. Existen tres cajas diferentes, una de ellas con una errata (**Ultracope**), además de una versión lanzada en Estados Unidos el mismo año, rebautizada con el nombre de **Automatic Surveillance Scope**. Ese modelo fue distribuido por la empresa **Reevesline t.m.**, que lo incluyó en su catálogo «Spy Toys»,

Ultra Scope ウルトラ スコープ

Año: 1971

Precio: 2.980 yenes

Anuncios TV: 1

Variantes: 3 cajas



Publicidad en TV de Ultra Scope



Mach Rider マッハライダー

Año: 1972 Precio: 2.500 yenes

Anuncios TV: 1 Licencia: Hasbro

Variantes: Coches de 3 colores

Mach Rider es un simulador de carreras de *dragsters*, un deporte de motor muy popular en Estados Unidos. El juguete no es un modelo original de Nintendo sino una licencia otorgada por el fabricante **Hasbro**. Se vendía a 2.500 yenes en 1972, pero algunos documentos señalan que en 1974 se redujo el precio y Nintendo comenzó a comercializarlo a 1.480 yenes.

Vendido con un bólide (tres colores disponibles), una base de arranque con una palanca de cambios, una rampa y una plancha de pegatinas para decorar el vehículo, Mach Rider también disfrutó de una campaña publicitaria en televisión.

En el anuncio podemos ver a dos niños calentando motores. Pasan las tres primeras velocidades (*Low, Second, Third*) y, al llegar a la cuarta (*Top*), los vehículos salen disparados. El final muestra a uno de los coches volando tras pasar la rampa situada a unos metros de la salida.



Publicidad en TV de Mach Rider



Kosenju, la gama de «pistolas de luz»



Serie Kosenju SP

光線銃SP

Año: 1970

Precio: Varios

Anuncios TV: 1

Variantes: 2 armas y 6 blancos

Las **Kosenju SP**, en inglés llamadas **Light Gun Beam**, nacen del encuentro entre **Gunpei Yokoi** y **Masayuki Uemura**, en aquella época representante de la compañía **Sharp** (y contratado por Nintendo un tiempo después). Las pistolas de luz revolucionan el mundo del entretenimiento en varios aspectos. Además de ser una ingeniosa idea basada en la tecnología por entonces ya asequible y producida a gran escala de las pilas fotovoltaicas, que emiten una señal eléctrica cuando detectan luz, las pistolas se venden con blancos animados.

Su funcionamiento es muy sencillo. Al apretar el gatillo, el arma (de plástico pero muy lograda) emite un pequeño destello estroboscópico de 1/1.000 segundos (invisible e inofensivo). Éste, al alcanzar el receptor (el blanco donde se ha introducido la pila), genera una corriente eléctrica.

Esa señal activa un mecanismo específico que, gracias a la puesta en escena que ofrece el juguete, logra que el jugador tenga la impresión de haber dado realmente en el blanco. El invento será considerado por los profesionales como el primer juguete para el gran público que utilizó componentes electrónicos sofisticados.

Pese al elevado precio de los kits (de 4.780 a 9.800 yenes, en función de la pistola y del blanco elegido), ise venderán más de 200.000 unidades solamente en las vacaciones de verano! ¡En seis semanas, se supera el objetivo de ventas de todo el año! Tras las Navidades de 1970, las ventas totales ya ascienden a más de 700.000 unidades, lo que convierte a **Kosenju SP** en el juguete más popular del año en Japón.

Este modelo de **Jumping Bottle** es menos común que el mostrado en la página de la derecha. Presenta un diseño y un envase ligeramente distintos.

Las distintas armas SP

Nintendo venderá por separado dos armas de plástico pero con unas dimensiones muy realistas. La **pistola**, comercializada a 980 yenes, tiene la culata blanca en su versión SP.



El **rifle**, por su parte, se vende a 2.500 yenes. Pese a su asombroso tamaño, da cierta impresión de producto barato, sobre todo a causa del plástico, demasiado ligero.



Dos paquetes por modelo

Los artículos de la gama suelen venderse como un conjunto (1 arma y 1 blanco), aunque los demás pueden comprarse por separado.



Kit con pistola y botella



Blanco solo

Los diferentes blancos Kosenju SP



1



2



Tras comprar el arma, los jugadores eligen entre seis blancos con reacciones distintas.

1. Electro Safari (5.900 yenes)

Cuando se alcanza al guepardo, el animal se mueve dentro del marco.

2. Electro Bird (5.900 yenes)

El águila real bate las alas.

3. Jumping Bottle (2.500 yenes)

La parte superior de la botella sale despedida gracias a un muelle.

4. Lion (3.800 yenes)

El león rugie y se ilumina.

5. Roulette (3.800 yenes)

Los números giran y el cuadro central muestra el número sacado. Vendido con un tapete de casino y varias fichas.

6. Electro Poker (3.800 yenes)

Como una máquina tragaperras, las figuras se alinean al azar. En algunos catálogos también aparece un modelo azul, pero su comercialización nunca se ha confirmado.

4



3



5



6



□ Los diferentes blancos Kosenju Custom



Las pistolas de luz de la gama Custom solamente contaron con tres blancos (vendidos a 4.800 yenes).

1. Custom Gunman

El vaquero se desploma cuando es herido en el corazón. Unos segundos después, se levanta automáticamente.

2. Custom-Lion

Si se alcanza el centro del león de ojos azules, también queda tendido sobre la base. Se levanta de forma automática, igual de sonriente.

3. Custom Target

Este blanco, que podemos ver en el anuncio televisivo, es de lejos el más difícil de encontrar de la serie. Diferentes luces de todos los colores se encienden y dan vueltas, como en una lotería.

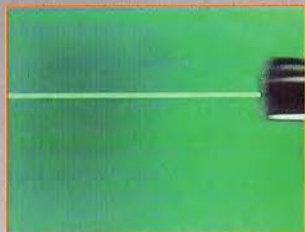


□ Las distintas versiones

A la izquierda, los kits (arma y blanco) vendidos a 7.500 yenes. A la derecha, los blancos sin arma, que hoy en día son mucho más difíciles de encontrar.



■ Anuncio Kosenju SP



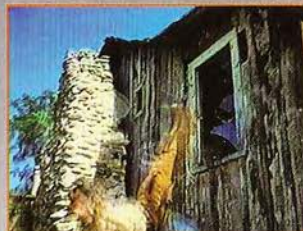
■ Anuncio Custom nº 1



■ Anuncio Custom nº2



■ Anuncio Custom nº3





Duck Hunt

光線銃ダックハント

Año: 1976 Precio: 9.500 yenes

Anuncios TV: No

Variantes: 1

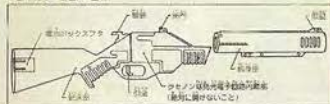
光線銃ダックハント

説明書

この光線銃ダックハントは、プロジェクターとショットガンセットとし、プロジェクターが設置される、動くダックのシルエットをショットガンで射らねばなりません。当たると音響するという面白い光線銃システムです。

ショットガンの説明

●部品及び各部の名称



●乾電池の入れ方

1. 電池ボックスの蓋のほす方



1. 右側に引っ張ると蓋が外れます。

2. 乾電池の入れ方



2. 乾電池の正極と負極の向きに注意して入れてください。

3. 電池ボックスの蓋の閉め方



3. 左側に引っ張ると蓋が閉まります。



遊び方

●準備
①電源は「100V」に設定し、確認してください。電源は必ず「100V」のコンセントにさしてください。
②スイッチレバーをONにしてはいよいよゲームスタートです。



●遊び方

●準備 ①電源は「100V」に設定し、確認してください。電源は必ず「100V」のコンセントにさしてください。
②スイッチレバーをONにしてはいよいよゲームスタートです。



La simple mención del título **Duck Hunt** probablemente traiga muchos recuerdos a la mente de los jugadores de videojuegos amantes de las consolas Nintendo. En realidad, antes de convertirse en un clásico de la NES, Duck Hunt primero fue el último modelo de la serie **Kosenju**. La principal diferencia con las gamas **SP** o **Custom** es que en esta colección el blanco se mueve y no es material.

Debemos imaginarnos un pequeño proyector con una cabeza móvil capaz de mostrar imágenes de patos en pleno vuelo sobre una pared situada a 60 centímetros de distancia. Con la escopeta de plástico, desmontable y cargada con una bombilla estroboscópica, podemos apuntar al animal durante su trayectoria desde una distancia de unos 4 metros. Si conseguimos darle, ¡el proyector mostrará una nueva animación donde veremos la caída del ave acompañada de los graznidos del animal herido!

En las instrucciones, Nintendo incluso recomienda a los jugadores que, para lograr más realismo, creen una pantalla ilustrada con decorados de montañas o bosques.

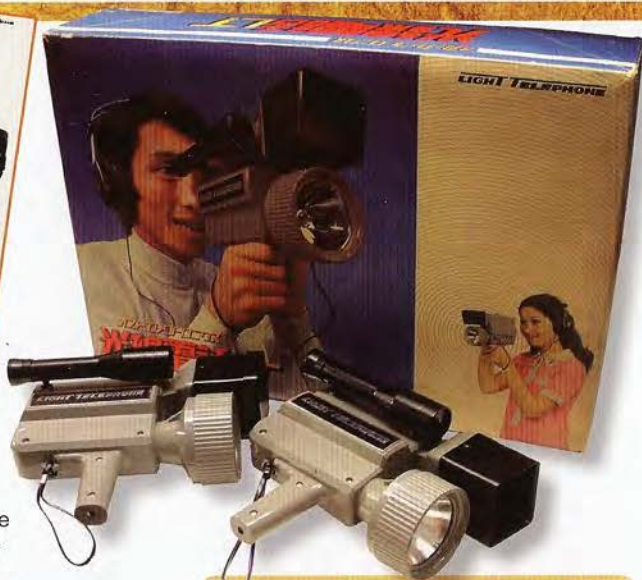
Con un sistema de detección de los reflejos totalmente revolucionario para la época, Duck Hunt es un juguete analógico que hoy en día sigue causando impresión. Gunpei Yokoi, su inventor, incluso llegó a plantearse crear distintos patrones de vuelo para aportar algo de variedad a las trayectorias del pato. Pese a su elevado precio y a la imposibilidad de jugar al Duck Hunt en una habitación demasiado iluminada, este juguete genial conquistó a un público muy amplio desde su lanzamiento.

光線銃ダックハント スクリーンに関して

■白い壁面、ふすま、白紙等をスクリーンとしても利用できますが、45cm×60cmの白紙に空、山、沼等の風景を描いていただきますと、すばらしいスクリーンになり、一層ゲームを楽しむことができます。



Nintendo



Éste es realmente uno de los juguetes más asombrosos de Nintendo. En 1971, en una época en la que los *walkie-talkies* están reservados únicamente a la policía o al ejército, en la que el teléfono móvil aún forma parte del universo de la ciencia ficción, ¡la empresa consigue desarrollar un sistema de comunicación a distancia que utiliza la luz! Perfectamente utilizable al aire libre y durante el día (con un alcance de entre 10 y 30 metros), cada **Light Telephone** está provisto de un receptor y de un emisor luminoso. Estas máquinas, vendidas por pares y acompañadas de auriculares, son increíblemente fáciles de usar. ¡Sólo hay que colocar un dispositivo orientado hacia el otro (gracias al visor) y ponerse a hablar! La voz del interlocutor, retransmitida de forma sorprendentemente clara y alta, sigue desconcertando hoy en día por su nitidez y su fidelidad. ¡Ningún *walkie-talkie* para niños ha sido capaz de reproducir tan fielmente el sonido de la voz como este **Kosen Denwa LT**! Pese a sus increíbles capacidades, el Light Telephone obtuvo unos resultados bastante modestos. Tres motivos explican su escaso éxito: el precio (9.800 yenes), el tamaño de las máquinas, y un alcance muy limitado a plena luz del día, que reducía bastante las posibilidades de juego...

Kosen Denwa LT 光線電話LT

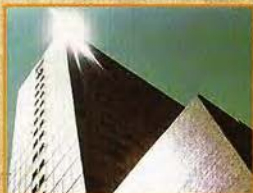
Año: 1971 Precio: 9.800 yenes

Anuncios TV: 1

Variantes: 1

Anuncio de Kosen Denwa LT

El anuncio, con una excelente puesta en escena, muestra a varios jóvenes usando el dispositivo tanto de día como de noche.



Lefty RX

Año: 1972

Anuncios TV: No 4.980 yenes

Variantes: 9 coches

レフティRX

Precio: A partir de



Hoy en día se pueden encontrar coches teledirigidos de calidad por una veintena de euros (unos miles de yenes), pero no debemos olvidar que, a principios de los setenta, sólo las familias más adineradas podían permitirse este tipo de juguete. Los primeros modelos, que utilizaban tecnologías aún muy costosas, costaban decenas de miles de yenes. El **Lefty RX**, inventado y vendido a un precio mínimo de 4.980 yenes en 1972, permite que por fin pueda cumplirse uno de los sueños de los niños de clase media. ¡Por primera vez en todo el mundo, un verdadero coche teledirigido se ofrece a un precio razonable!

Para ello, Gunpei Yokoi decide limitar al máximo el número de frecuencias utilizadas en el mando, como hará después con el **Chiritori** (ver pág. 153). De hecho, lleva su elección al extremo, puesto que al final el diseñador opta por un modelo que únicamente utiliza una frecuencia. Por supuesto, esa limitación también reduce considerablemente los movimientos del coche, que sólo podrá girar a la izquierda.

Sin embargo, pese a lo que puedan opinar los más escépticos, es perfectamente posible organizar apasionantes carreras de bólidos, siempre y cuando se construya un circuito cerrado compuesto sólo de curvas a la izquierda. Además, con un poco de habilidad y un buen dominio del mando para girar en redondo, ¡los niños consiguen conducir sus vehículos en todas las direcciones sin ningún problema! Este atrevimiento tecnológico acabará recibiendo su recompensa. Se comercializarán tres modelos de vehículos y la gama cosechará un éxito importante tanto entre los niños como entre un público adulto amante de los coches pero con poco poder adquisitivo.

レフティRXは最新のマイクロコンピュータ技術により、独自のシステムで、電化してコントロール可能なコントロールシステム。全長、重量、コントロール等、あらゆる面で最新の技術を盛り込んで、今までにない新しいデジタルシステムを備えたコントロールカーです。説明書をよく読んでからご使用ください。

セット内容

- レフティRX
- 充電器
- 充電電池
- ドライバー
- ドライバー
- 充電電池

（セット外箱内容）

- レフティRX
- 充電器
- 充電電池
- ドライバー
- ドライバー
- 充電電池

●レフティRXは、最新のマイクロコンピュータ技術により、独自のシステムで、電化してコントロール可能なコントロールシステム。全長、重量、重量、コントロール等、あらゆる面で最新の技術を盛り込んで、今までにない新しいデジタルシステムを備えたコントロールカーです。説明書をよく読んでからご使用ください。

●レフティRXは、最新のマイクロコンピュータ技術により、独自のシステムで、電化してコントロール可能なコントロールシステム。全長、重量、重量、コントロール等、あらゆる面で最新の技術を盛り込んで、今までにない新しいデジタルシステムを備えたコントロールカーです。説明書をよく読んでからご使用ください。

① 乾電池の入れ方

① マシンの電池の入れ方

② コントロールボックスの電池の入れ方

③ フェルビットの電池の入れ方

② 充電の方法

③ レフティRXの操作方法

④ ハンドル調整のしかた

⑤ 注油のしかた



La principal particularidad de los bólidos Lefty RX es que sólo avanzan o giran a la izquierda, como muestra la foto.



Cada caja contiene un vehículo, una base para recargar la batería, un mando y una plancha de pegatinas para decorar el coche.



Las distintas versiones de Lefty RX

No es fácil inventariar el número exacto de modelos distintos de la gama Lefty RX. Sabemos que existieron como mínimo tres categorías de coches: **Lefty RX Coupé** (4.980 yenes), **Lefty RX GT Sport** (5.800 yenes) y **Lefty RX Proto-Type** (6.800 yenes). Cada tipo de bólido además estaba disponible en tres colores básicos: rojo, azul y blanco (o dorado para el modelo Coupé). Por último, no olvidemos los modelos **Double Set** y **Triple Set**, que por 10.800 yenes y 12.800 yenes ofrecían vehículos y mandos adicionales. Por lo tanto, podemos estimar que había 10 variantes de coches y al menos 7 tipos de cajas.



流れるボディラインの

レフティRX

NEW TYPEで新登場!



Nintendo

Nintendo

Capítulo 6

Otros productos

Nintendo

Nintendo

Nintendo

En 1960, a la vista del increíble éxito de las famosas sopas de fideos instantáneas (**Cup Noodle**) de la marca **Nissin**, Yamauchi tiene una idea que se apresura a exponer a varios investigadores de la Universidad de Kioto y a la compañía **Oumikenshi**. Les propone desarrollar juntos un arroz instantáneo que permita ganar tiempo a las amas de casa y a los hombres de negocios, demasiado ocupados para cocer el arroz de la forma habitual.

San.o Instant Rice y Disney Fricker

三旺食品とディズニーフリッカー

Año: 1962

Precio: Desconocido

Las tres partes llegan a un acuerdo y en 1961 crean la empresa **San.o Shokuhin**, que literalmente significa «los productos alimenticios de los tres valientes».

De esta unión nacerán una fábrica y varios edificios, construidos en un solar de 5.000 m2 situado en **Uji**, una pequeña ciudad a las afueras de Kioto. Allí se desarrollará y elaborará el «arroz instantáneo san.o», que acabará suponiendo un estrepitoso fracaso para Nintendo y sus dos socios (algunas fuentes incluso afirman que el propio Yamauchi consideró que el arroz era incomible).



El concepto, idéntico al de los fideos, consiste en verter agua caliente sobre el arroz deshidratado y esperar tres minutos antes de degustarlo. Los japoneses, para quienes el arroz es un ingrediente «sagrado», no confían en absoluto en ese producto desnaturalizado con un sabor más que discutible. Además, el arroz adquiere una textura pegajosa y da la impresión de descomponerse cuando se añade el agua hirviendo. No obtendrán mejores resultados con otro de sus experimentos, el *chazuke* con *fugu* (arroz blanco rociado de té hirviendo con algas).



Poco después, en 1962, San.o ofrece al gran público un condimento para el arroz blanco (*furikake*) con la imagen de los personajes de **Disney**. Se llamará **Disney Fricker** y, de todos los productos agroalimentarios propuestos, éste es el que tendrá más éxito.

La empresa además desarrollará varias operaciones promocionales para dar a conocer el producto, como el regalo de uno de los tres distintivos de Disney Fricker por la compra de varias cajas del condimento.



Furikake

Posteriormente, en 1965, Yamauchi tratará de hacerse un hueco en el competitivo mercado de los fideos instantáneos. Para ello, decide lanzar una sopa de fideos (*ramen*) con la imagen de **Popeye**, un proyecto que también será un fracaso.

Hoy en día, prácticamente no queda ningún documento sobre estas iniciativas, salvo un puñado de envases abiertos de 1964 y algunos distintivos. La empresa San.o sigue existiendo, aunque con otro nombre y sin ningún vínculo con Nintendo, puesto que Yamauchi en cuanto pudo abandonó la aventura y decidió convertir la fábrica de Uji en la nueva planta de producción de todos sus futuros juguetes.



Mamaberica ママベリカ

Década de 1970 **Anuncios TV: No**

Precio: 8.900 yenes

Tras varios intentos fallidos en la industria agroalimentaria, y siempre con el firme deseo de introducirse en sectores más «útiles» que el de las cartas, Nintendo fabrica el artículo más insólito de su historia: ¡una silla de paseo!

Contracción bastante extravagante de «Mama/Baby/Best/Car», la **Mamaberica** hoy en día es prácticamente imposible de encontrar.

De aluminio, y por tanto muy ligera, esta silla de paseo sin embargo es poco fiable. Unas semanas después del inicio de su comercialización, los pequeños accidentes son numerosos (dedos que se pillan al plegarla, mecanismo que se cierra cuando se empuja...). De hecho, ésa es la razón que lleva a Nintendo a no repetir la experiencia y abandonar rápidamente la idea de competir con los verdaderos profesionales del material para bebés.

Y sin embargo, ironía de la historia, la etiqueta publicitaria pegada a cada Mamaberica nueva ofrece a todos sus clientes un vale de 10.000 yenes para suscribir un seguro infantil con cualquiera de las compañías asociadas a Nintendo para este producto...

ママベリカ
MAMABERICA



10万円の交通事故傷害保険つき

お気軽にお出かけください

ママベリカ
MAMABERICA ¥8,900

Nintendo



La etiqueta y las instrucciones de la Mamaberica.



赤ちゃんから、幼児までの育児遊具

ツインズ

シーソーとロッキングチェアを併せ持つ

— TWINS —

ツインズは本体・部品ともオールプラスチックのソフトデザイン安全設計です。幼児むけのユニークなシーソーと赤ちゃんむけのロッキングベビーチェアが一体になった、まったく新しいタイプの育児遊具です。



●ツインズのセットの内容



Twins

ツインズ

Año: 1971

Anuncios TV: No

Precio: 4.980 yenes

El Twins es un objeto único e insólito en la historia de Nintendo. Los pocos coleccionistas que poseen un ejemplar lo consideran el artículo de la firma con el tamaño más imponente (si exceptuamos las máquinas recreativas y los juegos mecánicos). ¡La caja sola mide más de un metro de largo y treinta centímetros de alto! Además, una vez desempaquetado, el balancín pesa cerca de 4 kg. Dicho esto, hay que reconocer que este segundo experimento de la empresa de Kioto en el universo extremadamente competitivo del material de puericultura es original. Después de la silla de paseo, Nintendo propone un balancín divertido y a la vez práctico. Con una posición variable gracias

a las dos asas intercambiables y al asiento central curvo y móvil, el Twins puede adoptar varias formas, ofrece una gama de usos muy amplia y se adapta fácilmente a diferentes situaciones. Pensado tanto para los bebés a partir de dos meses (sirve de cambiador) como para los niños de hasta seis años, el Twins sigue siendo un producto especialmente atípico en la historia de Nintendo. Por desgracia, hoy en día nadie sabe si esta ingeniosa idea, vendida a casi 5.000 yenes (un precio razonable para el poder adquisitivo de la época), tuvo éxito. Pese a esa falta de información, las dificultades que existen para encontrar el producto en la actualidad permiten suponer que no consiguió realmente llegar a un público demasiado amplio...



Otros productos

Candy Machine

キャンデーマシン

Año: 1970 Anuncios TV: No

Precio: 2.980 yenes

A finales de los sesenta, Japón vive un periodo de fasto económico que contrasta enormemente con los difíciles años de la posguerra. Las familias descubren las actividades de ocio, las salidas, los tiouvivos, los parques de atracciones y las golosinas que los acompañan.

Los niños adoran los algodones de azúcar (*wata amé* en japonés), así que a Nintendo se le ocurre la excelente idea de ofrecer una máquina de formato familiar para elaborarlos (de la que hemos logrado encontrar dos tipos de cajas). Con su fuente en forma de flor (todo un símbolo en torno al azúcar y las abejas), la máquina es un auténtico triunfo, hasta tal punto que la competencia no tarda en sacar sus propios modelos.

Sin olvidar que la imponente caja además incluye un sobre de 100 gramos de azúcar en un envoltorio de plástico transparente donde puede verse el logotipo de Nintendo.



Despertadores 電気時計

Año: 1971 Variantes: Una decena

Precio: 1.800 yenes Anuncios TV: No

A partir de la segunda mitad de los años sesenta, los superhéroes invaden los escaparates de todas las tiendas. Todo vale para sacar provecho de la imagen de las grandes licencias. Nintendo no se queda atrás y, a partir de 1971, lanza una gama de despertadores para niños.

Aunque hoy en día resulte difícil saber a ciencia cierta cuántos modelos existieron y el volumen de ventas de los **Denki Dokei** (despertadores eléctricos), se estima que salieron al mercado unos diez modelos repartidos en varias categorías: las colecciones de monstruos (*kaiju*, con un personaje de la familia de **Ultraman**), de **Kamen Rider** (el motorista enmascarado) o de **Disney**.

Estos dispositivos no sólo explotan una licencia sino que presentan la originalidad de contar con un fondo intercambiable. Cada caja contiene tres ilustraciones distintas y a veces también un pequeño póster. Además, cuando suena el despertador, el personaje central se agita con frenesí.

También cabe señalar que estos despertadores no funcionan con pilas sino enchufados a la corriente eléctrica.



使ってみると便利さがわかる

ユニラック

このユニラックは、お部屋のなかの至る所に置いて、いろいろな用途が、随分お役にたてられる面白いユニラックです。お部屋のなかの至る所に、少額で置くことができます。丈夫で軽く、色もカラフルで、お部屋のなかの至る所に、お役にたてることができます。いろいろな用途が、随分お役にたてられる面白いユニラックです。

- ユニラック A
お部屋のなかの至る所に、お役にたてられる面白いユニラックです。
- ユニラック B
お部屋のなかの至る所に、お役にたてられる面白いユニラックです。
- ユニラック C
お部屋のなかの至る所に、お役にたてられる面白いユニラックです。



ユニラックは無限の組合せで、バリエーションができます。

お部屋のなかの至る所に、お役にたてられる面白いユニラックです。

つなぎ方はロック式



ユニラックは無限の組合せで、バリエーションができます。

Unilac

Año: 1972

Precio: Unos 1.800 yenes

ユニラック

Anuncios TV: 1

Tras dedicarse a los más pequeños, Nintendo sigue intentado explorar nuevos mercados. Con Unilac, la compañía se introduce en el sector del material de oficina y el mobiliario. Estos prácticos muebles, que se adaptan y encajan en función de las necesidades del usuario, en realidad surgen de la idea de una empleada de Nintendo que siempre se estaba quejando de lo vetustos que eran los armarios de la empresa. Además, para añadir una pequeña marca de fábrica, ¡a Nintendo se le ocurre incluir en estas estanterías y cajoneras un ingenioso doble fondo que permite realizar trucos de magia!

Prácticos, lúdicos, ligeros, económicos, de diferentes colores y con un diseño de lo más moderno, los muebles de plástico Unilac obtienen unos resultados muy buenos a principios de los setenta.

La historia, sin embargo, no nos cuenta si la idea del doble fondo fue un hallazgo del presidente para esconder sus documentos comprometedores...

ユニラック



新発売
任天堂



Siempre con el objetivo de ampliar su actividad más allá de los juguetes y las cartas, Nintendo continúa los experimentos de su departamento de «artículos de oficina». En 1972, comercializa toda una colección de bolígrafos **Non Dry**.

Nintendo Marking Pen «Non Dry»

任天堂マーキングペン 「ノンドライ」

Año: 1972

Variantes: Desconocidas

Precio: 50 yenes

Anuncios TV: No

Se han encontrado dos documentos en revistas especializadas distribuidas principalmente entre empresas y minoristas (librerías y papelerías). Según la publicidad de Nintendo, la carga «no se seca, incluso si nos olvidamos de ponerle la tapa», y la tinta no traspasa el papel ni tampoco se corre.

Los bolígrafos se comercializan en cajas de 10 o 20 unidades, para después revenderse a 50 yenes cada uno. Existen cuatro modelos con tres familias de cargas que van de los 0,3 mm a los 0,8 mm (punta fina, media y gruesa). Además, la tinta está disponible en dos colores, rojo y negro.



Es muy probable que durante ese periodo Nintendo también haya producido y distribuido otros artículos de papelería, como gomas, tijeras o lápices, pero su existencia aún no ha podido demostrarse.

新発売

特徴

- キヤップをはめ忘れても大丈夫
- 水ににじまず、消えない耐水性
- 紙の裏まで浸透しません

用 途	芯	一箱の本数
細字用	0.3mm 0.5mm 0.7mm	各20本入
中字用	0.5mm	各10本入
太字用	0.7mm	各10本入

小売価格 いずれも1本50円

- 細字用(万年筆型)ジュラコン樹脂芯先0.3mm/0.5mm/0.7mm 黒、M31B 赤
- 中字用(鉛筆型)アクリル樹脂芯 E51B 黒、E51R 赤
- 太字用アクリル樹脂芯 L81B 黒、L81R 赤

任天堂マーキングペン

ノンドライ

1本50円

任天堂株式会社

京都市東山区福福上高松町6番地
 ● 東京支店 ● 京都千代田区神田田町1丁目22
 大阪支店 ● 大阪市東区長崎橋1丁目32
 名古屋支店 ● 名古屋西区新下町29番地
 札幌支店 ● 札幌市北九条西18丁目2番地
 岡山支店 ● 岡山市東区南4丁目4番地の11号

En los años sesenta, algunos juegos de cartas, juegos de mesa o sets de Mahjong empezaron a incluir lápices de la marca Nintendo Playing Card Co., Ltd.

Copilas

Año: 1971 **Precio: A partir de**
Anuncios TV: 1 **9.800 yenes**
Variantes: 5 modelos

En 1971, Nintendo da un golpe de efecto gracias al trabajo del departamento encargado de desarrollar el material de oficina.

En una época en la que el precio de una fotocopiadora alcanza los cientos de miles de yenes, ¡Yamauchi consigue ofrecer una copiadora a 9.800 yenes!

Resulta interesante constatar que, para **Copilas** (contracción de las palabras *Copy* y *Laser*), el presidente aplica un principio económico que con la Famicom se convertirá en el secreto de su fortuna: es cierto que Copilas es un aparato desprovisto de opciones «inútiles», ¡pero también lo es que no produce ganancias!

Así es, Yamauchi desea comprobar algo: ver si el componente hard (la máquina) realmente es más importante que el soft (los accesorios, además de otros elementos). En el caso de esta copiadora con hojas fotosensibles y tinta azul, para obtener beneficios Nintendo apuesta sobre todo por el mantenimiento de la gama. Por eso, la máquina es de fabricación ligera y exige un mantenimiento regular y costoso, lo que no impedirá que la empresa venda un total de 220.000 unidades de Copilas en Japón, un récord extraordinario que llegará a desestabilizar a la marca **Xerox** en el país (que posee un 95% del mercado mundial de las fotocopiadoras en los años setenta).

Ese precio de venta extremadamente ventajoso también atraerá la atención del gobierno japonés, y concretamente del Ministerio de Educación, que decidirá equipar todos los colegios del país con

Copilas. Sin embargo, aunque Nintendo disfrutará durante un tiempo de este éxito impresionante, la compañía pronto se dará cuenta de que, a largo plazo, los usuarios dejan de caer en la trampa. El aparato funciona perfectamente al principio pero al cabo de un tiempo las averías y los cuidados que hay que procurarle acaban cansando al público, por lo que los ingresos vinculados a los componentes soft son menores de lo previsto...

Nintendo, consciente de sus errores, a continuación trata de comercializar nuevas versiones mejoradas, pero también más caras.



京都府東山区福福上高松町六〇
 任天堂株式会社
 価格九千八百円。

※変元 任天堂株式会社
 価格九千八百円。

仕上りは、三〇W高出力特殊蛍光灯を
 密着光源として使用しているため鮮明
 で、大型機(ジャズ式)とほとんどかわ
 らない。複写幅は二八〇ミリで、B四判
 まで可能。市四三〇ミリ×高さ一四二ミ
 リ×奥行二三〇ミリというコンパクトサ
 イズで重量は四・一八キログラム。百
 貨店などで販売する。

この複写機は昨年十月事務機部門への
 進出を決めた任天堂が発売したもので、
 九千八百円という低価格が最大の特長。
 特長にはこのほか、①ランニングコスト
 が安くつくジャズ湿式で、どのメーカー
 のものでも使える、②片面ローラー方
 式により、現像液は一般湿式の三分の一
 の消費量ですむ、など。

この複写機は昨年十月事務機部門への
 進出を決めた任天堂が発売したもので、
 九千八百円という低価格が最大の特長。
 特長にはこのほか、①ランニングコスト
 が安くつくジャズ湿式で、どのメーカー
 のものでも使える、②片面ローラー方
 式により、現像液は一般湿式の三分の一
 の消費量ですむ、など。

この複写機は昨年十月事務機部門への
 進出を決めた任天堂が発売したもので、
 九千八百円という低価格が最大の特長。
 特長にはこのほか、①ランニングコスト
 が安くつくジャズ湿式で、どのメーカー
 のものでも使える、②片面ローラー方
 式により、現像液は一般湿式の三分の一
 の消費量ですむ、など。

この複写機は昨年十月事務機部門への
 進出を決めた任天堂が発売したもので、
 九千八百円という低価格が最大の特長。
 特長にはこのほか、①ランニングコスト
 が安くつくジャズ湿式で、どのメーカー
 のものでも使える、②片面ローラー方
 式により、現像液は一般湿式の三分の一
 の消費量ですむ、など。

この複写機は昨年十月事務機部門への
 進出を決めた任天堂が発売したもので、
 九千八百円という低価格が最大の特長。
 特長にはこのほか、①ランニングコスト
 が安くつくジャズ湿式で、どのメーカー
 のものでも使える、②片面ローラー方
 式により、現像液は一般湿式の三分の一
 の消費量ですむ、など。

この複写機は昨年十月事務機部門への
 進出を決めた任天堂が発売したもので、
 九千八百円という低価格が最大の特長。
 特長にはこのほか、①ランニングコスト
 が安くつくジャズ湿式で、どのメーカー
 のものでも使える、②片面ローラー方
 式により、現像液は一般湿式の三分の一
 の消費量ですむ、など。

この複写機は昨年十月事務機部門への
 進出を決めた任天堂が発売したもので、
 九千八百円という低価格が最大の特長。
 特長にはこのほか、①ランニングコスト
 が安くつくジャズ湿式で、どのメーカー
 のものでも使える、②片面ローラー方
 式により、現像液は一般湿式の三分の一
 の消費量ですむ、など。

任天堂コピラス

A partir de julio de 1972, venderá el **Copilas Dry**, un aparato donde se ha solucionado el principal defecto del primer modelo, en el que tras varias semanas de uso la tinta tendía a extenderse por las hojas. Los ingenieros desarrollan un sistema para que el polvo de tinta se seque más rápido y deje menos marcas. Esta mejora también permite reducir los insoportables olores de amoníaco que solían producir las antiguas copiadoras. Además, la máquina es mucho más ligera y compacta (capaz de copiar documentos en formato B4 como máximo), pero también más costosa: con una garantía limitada y un paquete de papel fotosensible, la versión Dry se vende a 19.800 yenes. También se sacará al mercado un segundo modelo Dry, el Copilas Bill que, como su nombre indica, permite copiar documentos mucho mayores (B3). Vendida a 24.800 yenes, esta versión por supuesto también es mucho más imponente en términos de tamaño.

Posteriormente, Nintendo desarrollará Photo Copilas, una auténtica fotocopiadora a un precio imbatible (¡19.800 yenes!). Con un escáner y una impresora, la máquina por fin ofrece la posibilidad de copiar libros sin tener que arrancarles las páginas. La precisión del escáner además permite copiar detalles que antes era imposible reproducir. ¡Los mapas, planos, esquemas, ilustraciones con matices de colores y otros detalles gráficos ya no son una simple mancha de tinta al salir del proceso! Para utilizarla, basta con colocar el documento que desea copiarse sobre un papel fotosensible y escanear las dos hojas. A continuación, se introduce una hoja blanca con el «negativo» obtenido en la impresora, de la que saldrá el negativo y la hoja impresa.

Photo Copilas tenía un gran futuro por delante, pero algunas autoridades prohibieron rápidamente su comercialización debido al uso de productos químicos peligrosos...

En octubre de 1979, Nintendo lanza una última versión de sus copiadoras, Copilas ST, pero la empresa muy pronto dejará a un lado su producción para centrarse en otros ámbitos más lucrativos, como por ejemplo la gama **Game & Watch**...

任天堂で「コピーシステム」

任天堂は、七月十七日の特殊紙製複写機「コピーシステム」を全国百貨店の事務用品部、郵務局、文具、書店、写真店などで発売した。現像はアンモニア液で発生し、このアンモニア液を乾燥させることによって、一枚の複製を作ることができる。このシステムは、最大幅B4の紙をコピーできる。また、コピーした複製は、元の紙と同じように、他の複写機でもコピーできる。



コピーシステム

従来の複写機は、紫外線による感光性複写液、アンモニア液、カプラー、リソール、リソールなどを同時に発生させて、現像はアンモニア液で発生し、このアンモニア液を乾燥させることによって、一枚の複製を作ることができる。このシステムは、最大幅B4の紙をコピーできる。また、コピーした複製は、元の紙と同じように、他の複写機でもコピーできる。

任天堂で「コピーシステム」

任天堂は、七月十七日の特殊紙製複写機「コピーシステム」を全国百貨店の事務用品部、郵務局、文具、書店、写真店などで発売した。現像はアンモニア液で発生し、このアンモニア液を乾燥させることによって、一枚の複製を作ることができる。このシステムは、最大幅B4の紙をコピーできる。また、コピーした複製は、元の紙と同じように、他の複写機でもコピーできる。

コピーシステム

従来の複写機は、紫外線による感光性複写液、アンモニア液、カプラー、リソール、リソールなどを同時に発生させて、現像はアンモニア液で発生し、このアンモニア液を乾燥させることによって、一枚の複製を作ることができる。このシステムは、最大幅B4の紙をコピーできる。また、コピーした複製は、元の紙と同じように、他の複写機でもコピーできる。

任天堂で「コピーシステム」

任天堂は、七月十七日の特殊紙製複写機「コピーシステム」を全国百貨店の事務用品部、郵務局、文具、書店、写真店などで発売した。現像はアンモニア液で発生し、このアンモニア液を乾燥させることによって、一枚の複製を作ることができる。このシステムは、最大幅B4の紙をコピーできる。また、コピーした複製は、元の紙と同じように、他の複写機でもコピーできる。



任天堂で「コピーシステム」

任天堂は、七月十七日の特殊紙製複写機「コピーシステム」を全国百貨店の事務用品部、郵務局、文具、書店、写真店などで発売した。現像はアンモニア液で発生し、このアンモニア液を乾燥させることによって、一枚の複製を作ることができる。このシステムは、最大幅B4の紙をコピーできる。また、コピーした複製は、元の紙と同じように、他の複写機でもコピーできる。

任天堂で「コピーシステム」

任天堂は、七月十七日の特殊紙製複写機「コピーシステム」を全国百貨店の事務用品部、郵務局、文具、書店、写真店などで発売した。現像はアンモニア液で発生し、このアンモニア液を乾燥させることによって、一枚の複製を作ることができる。このシステムは、最大幅B4の紙をコピーできる。また、コピーした複製は、元の紙と同じように、他の複写機でもコピーできる。

任天堂で「コピーシステム」

任天堂は、七月十七日の特殊紙製複写機「コピーシステム」を全国百貨店の事務用品部、郵務局、文具、書店、写真店などで発売した。現像はアンモニア液で発生し、このアンモニア液を乾燥させることによって、一枚の複製を作ることができる。このシステムは、最大幅B4の紙をコピーできる。また、コピーした複製は、元の紙と同じように、他の複写機でもコピーできる。

任天堂で「コピーシステム」

両面OKの経済複写機

任天堂は、七月十七日の特殊紙製複写機「コピーシステム」を全国百貨店の事務用品部、郵務局、文具、書店、写真店などで発売した。現像はアンモニア液で発生し、このアンモニア液を乾燥させることによって、一枚の複製を作ることができる。このシステムは、最大幅B4の紙をコピーできる。また、コピーした複製は、元の紙と同じように、他の複写機でもコピーできる。

任天堂は、七月十七日の特殊紙製複写機「コピーシステム」を全国百貨店の事務用品部、郵務局、文具、書店、写真店などで発売した。現像はアンモニア液で発生し、このアンモニア液を乾燥させることによって、一枚の複製を作ることができる。このシステムは、最大幅B4の紙をコピーできる。また、コピーした複製は、元の紙と同じように、他の複写機でもコピーできる。

任天堂は、七月十七日の特殊紙製複写機「コピーシステム」を全国百貨店の事務用品部、郵務局、文具、書店、写真店などで発売した。現像はアンモニア液で発生し、このアンモニア液を乾燥させることによって、一枚の複製を作ることができる。このシステムは、最大幅B4の紙をコピーできる。また、コピーした複製は、元の紙と同じように、他の複写機でもコピーできる。

文協オフィスフェア

任天堂は、七月十七日の特殊紙製複写機「コピーシステム」を全国百貨店の事務用品部、郵務局、文具、書店、写真店などで発売した。現像はアンモニア液で発生し、このアンモニア液を乾燥させることによって、一枚の複製を作ることができる。このシステムは、最大幅B4の紙をコピーできる。また、コピーした複製は、元の紙と同じように、他の複写機でもコピーできる。

任天堂は、七月十七日の特殊紙製複写機「コピーシステム」を全国百貨店の事務用品部、郵務局、文具、書店、写真店などで発売した。現像はアンモニア液で発生し、このアンモニア液を乾燥させることによって、一枚の複製を作ることができる。このシステムは、最大幅B4の紙をコピーできる。また、コピーした複製は、元の紙と同じように、他の複写機でもコピーできる。

任天堂は、七月十七日の特殊紙製複写機「コピーシステム」を全国百貨店の事務用品部、郵務局、文具、書店、写真店などで発売した。現像はアンモニア液で発生し、このアンモニア液を乾燥させることによって、一枚の複製を作ることができる。このシステムは、最大幅B4の紙をコピーできる。また、コピーした複製は、元の紙と同じように、他の複写機でもコピーできる。

■ Folletos publicitarios de Copilas

あらゆるものを完全コピー

19,800円

サービス用光統・標準用付番

任天堂株式会社 事務機事業部

Photo Copilas, anverso

フォトコピラス
PHOTOCOPILAS

【特長】
①完全な複製でもコピー用紙・原紙・糊・墨・色・文字・画像・線・厚紙・各種紙類にいたって正確なコピーが実現可能で高品質のコピーが可能です。
②複製材料が大量に必要でコピーが止まる心配なく、原紙・糊・墨・色・文字・画像・線・厚紙・各種紙類にいたって正確なコピーが実現可能で高品質のコピーが可能です。
③高品質のコピーが実現可能で、原紙・糊・墨・色・文字・画像・線・厚紙・各種紙類にいたって正確なコピーが実現可能で高品質のコピーが可能です。

【コピラスとの併用】
①コピラスと併用して、原紙・糊・墨・色・文字・画像・線・厚紙・各種紙類にいたって正確なコピーが実現可能で高品質のコピーが可能です。
②コピラスと併用して、原紙・糊・墨・色・文字・画像・線・厚紙・各種紙類にいたって正確なコピーが実現可能で高品質のコピーが可能です。

【コピーのとりかた】
①原紙・糊・墨・色・文字・画像・線・厚紙・各種紙類にいたって正確なコピーが実現可能で高品質のコピーが可能です。
②原紙・糊・墨・色・文字・画像・線・厚紙・各種紙類にいたって正確なコピーが実現可能で高品質のコピーが可能です。

【仕様】
プリンター
A4用紙 1000枚/分
A3用紙 500枚/分
A2用紙 250枚/分
A1用紙 125枚/分
A0用紙 62.5枚/分
B5用紙 1000枚/分
B4用紙 500枚/分
B3用紙 250枚/分
B2用紙 125枚/分
B1用紙 62.5枚/分
C4用紙 1000枚/分
C3用紙 500枚/分
C2用紙 250枚/分
C1用紙 125枚/分
C0用紙 62.5枚/分

任天堂株式会社 事務機事業部

Photo Copilas, reverse

合理的な設計によるコンパクトタイプ
経済派複写機

コピラスST

合理的な設計によるコンパクトタイプの複写機

25,000円

任天堂株式会社

Photo Copilas ST, anverso

合理的な設計によるコンパクトタイプ
経済派複写機

コピラスST

●ランニングコストも最低
感光体・現像液は最も安価なジアン式。そのうえメーカーの感光体でも使用できます。現像液の消費量も片道ローラー方式によりコピー枚数のみですみます。
電圧対応も安心です(45~60)

●仕上りも鮮明
高出力特殊蛍光灯を使用し、光源面方式を採用していますので、鮮明な仕上がり、しかもスピードにコピーできます。複製厚紙20mm(84号)まで可能です。

●操作も簡単
原紙の取扱いもスイッチオンと同時にコピーできます。操作も大抵簡単で、誰にでも使用できます。

●場所をとらないコンパクトタイプ
コンパクトサイズで、そのうえ軽く、持ち運びも簡単で取扱いの機とします。

●コピラス専用感光体も開発しています。
B4用紙(100枚入) 300円
A4用紙(100枚入) 400円
B4用紙(100枚入) 600円
標準用紙 3000枚 1500円

コピラスSTの仕様
形式番号 1000A-SB-04
形式記号 734-1134
幅 幅 210mm(218mmで対応)
機 備 付 品 標準用紙(1000枚)×1
送紙方式 自動
紙 巻 3000枚(1000枚/箱×3)
紙送り速度 原紙用紙(200×250mm) 1000枚/分
標準用紙(100×200mm) 1000枚/分
電 圧 AC 100V/100V/50Hz
次 予 備 400V(100V)×2(200V)用
機 寸 340×270×150mm
重量 3.8kg(4kg)
発売済機番号 250774

任天堂株式会社

Photo Copilas ST, reverse

あらゆるものを
完全コピー

フォトコピラス
PHOTOCOPILAS

原稿の数字は標準処理時間を示します。(アート紙使用)

These are strong types, but of their character of their occupations: they seem, some of them, to be extinct species in an age which f the bulges, chips off the corners and generally smooths over the of twiddledits as something ill



【特長】

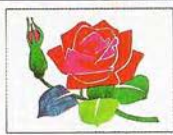
1. 文字の濃縮でも原稿の文字の大きさ・形状・位置・色を正確に再現し、印刷・複製の品質を向上させます。
2. 原稿の文字の大きさ・形状・位置・色を正確に再現し、印刷・複製の品質を向上させます。
3. 原稿の文字の大きさ・形状・位置・色を正確に再現し、印刷・複製の品質を向上させます。



4.5  3.5 *Wes Brothers 1992
The French Rivierd
W.V Tokyo Osaka
Threeds a bit of London*



4  3.5 

任天堂株式会社 事務機事業部
京都・東京・大阪・名古屋・札幌・仙台

3.5  4 

3  4 

 4 

 4 

Nintendo

Estas dos hojas son páginas de prueba, distribuidas durante el corto periodo de comercialización de Photo Copilas en las tiendas y con cada unidad vendida. Los números presentes en los márgenes sirven de referencia al usuario, para que sepa exactamente qué programa de los ofrecidos por la fotocopidora debe utilizar en función de sus necesidades (textos sobre fondo blanco o de algún color, ilustraciones monocromas, fotos, etc.).

■ 広告 en TV de Copilas

En 1971, se emitió un anuncio que ponía en escena a una oficina. La joven, tras realizar algunos ajustes muy sencillos, sacaba un papel de la fotocopidora donde se anunciaba su precio.





ピスト

移動レバー

ルスイッチ



Capítulo 7 Las máquinas arcade



任天堂

La historia de Nintendo en Japón (continuación)

Nintendo y el Arcade

Pocos lo saben, pero Nintendo también es uno de los pioneros en la creación y desarrollo de las máquinas recreativas en Japón (junto a **SEGA**, **Taito** y **Namco**). Aunque algunos quizás recuerden haber visto máquinas de **Cruis'n USA** o de **Killer Instinct** (juegos desarrollados en colaboración con la empresa **Rare**) a mediados de los años noventa, prácticamente nadie se acuerda de que la firma participaba en la liza desde los años setenta. Nos encontramos ante un periodo olvidado de la historia de Nintendo que ya iba siendo hora de tratar en detalle.

En la época en que las **pistolas de luz SP** se están vendiendo como rosquillas, el presidente **Yamauchi** lee por casualidad un artículo donde se habla de las competiciones de tiro con pistola. Se le ocurre una idea y convoca de inmediato a **Gunpei Yokoi**, su brazo derecho. No tarda en presentarle su proyecto, que puede resumirse con estas palabras: «¿no podríamos hacer lo mismo con nuestras pistolas de luz?».

El reto seduce inmediatamente a Yokoi, que decide informarse sobre esas famosas competiciones de tiro al plato.

Unos días después, Yokoi le pide al presidente que le compre una escopeta. Sorprendido, Yamauchi le pregunta las razones de esa extraña solicitud, y el joven le explica que tiene pensado realizar una simulación de «tiro al plato optoelectrónico» y necesita un arma de verdad para probar el futuro prototipo. **Masayuki Uemura** y **Genyo Takeda** lo ayudarán a desarrollar el proyecto. La idea, que también recibe la aprobación y el apoyo de Hiroshi Yamauchi, finalmente da origen, en 1971, al famoso sistema de disparo láser, más conocido con el nombre de **Laser Clay Shooting System**.

En Japón, los años sesenta se caracterizan sobre todo por la llegada y el increíble éxito de un pasatiempo estadounidense: los bolos. Durante esa década, se abren boleras en todas las ciudades niponas y las salas están tan concurridas que a veces hay que esperar varias horas para poder jugar. Lamentablemente, los japoneses se cansan rápido de este entretenimiento y, a finales de los años sesenta, los dueños de las boleras empiezan a tener importantes dificultades para llenar sus pistas. La población ha encontrado una nueva diversión: el **karaoke**.

Yamauchi ve en esas boleras inutilizadas una excelente oportunidad. Conoce las dificultades que atraviesan los dueños de las salas y, ya en 1971, empieza a tratar de convencerlos del interés de su simulador de tiro al plato a tamaño natural. A principios de 1973, y pese a una avería de última hora reparada el mismo día de la presentación ante los medios, se pone en marcha la locura del **Laser Clay System**.

El juego emplea escopetas similares a las auténticas armas utilizadas en los clubes. Nintendo compra algunas salas situadas en lugares estratégicos de la región y las acondiciona con proyectores especiales, que difunden imágenes de platos cruzando el aire sobre las paredes, decoradas con bosques, vegetación o montañas.

El jugador tiene que apuntar a los platos y lograr interceptarlos con sus tiros «láser». Cuando da en el blanco, un ingenioso mecanismo, que se inspira en el **Duck Hunt** de la gama **Kosenju** (pág. 164) y utiliza los reflejos, permite que los proyectores muestren otra imagen para simular la explosión del plato. Nintendo se frota las manos ante este anunciado



任天堂レジャーシステム

El logotipo japonés de Nintendo Leisure System

éxito que logra desde las primeras semanas, con las salas de prueba siempre llenas...

La crisis del petróleo

En febrero de 1973, la gestión de este entretenimiento nuevo y prometedor exige a la empresa mucho dinero, tiempo y energía. Con el fin de optimizar la organización y hacer frente a todas las labores de mantenimiento y los pedidos de máquinas, se crea una nueva filial: la **Nintendo Leisure System Co., Ltd.** Yamauchi adquiere un gran número de salas y equipa con simuladores a todos sus licenciatarios. El material es muy costoso (con un precio estimado de entre 4 y 4,5 millones de yenes por simulador) pero el entusiasmo generado es tal que las reservas son numerosas. Las fábricas encargadas de la producción funcionan día y noche para responder con rapidez a todos los pedidos. En sólo unas semanas, el **Laser Clay** se convierte en un fenómeno popular a la altura de las primeras épocas de los bolos. Por desgracia, esa situación ideal se transforma, de un día para otro, en una auténtica catástrofe. El 18 de octubre de 1973, una terrible noticia pone a todo el mundo en jaque. Los países árabes aumentan de forma inesperada y excesiva el precio del pe-



El famoso actor japonés Sonny Chiba prestó su imagen para este anuncio.

NINTENDO LEISURE SYSTEM

El logotipo occidental

tróleo, lo que provocará la denominada «crisis del petróleo de 1973».

Los medios de comunicación japoneses presentan un porvenir oscuro y alarmante: «**No olvidemos que nuestro país importa más del 98% de su consumo de petróleo! En los próximos meses, sin duda tendremos que enfrentarnos a una profunda crisis económica.**»

El gobierno y las empresas niponas están en estado de alerta. Todos se preparan para afrontar tiempos difíciles. La industria del entretenimiento será la más afectada, pues los especialistas recomiendan a la población que ahorre y elimine cualquier gasto «innecesario». En pocos días, Nintendo recibe una gran cantidad de cartas de sus clientes donde se anulan los pedidos del **Laser Clay**. Menos de un año después del inicio de la pasión por el juego y tras haber invertido miles de millones de yenes en la creación, promoción y distribución del simulador, ¡se cancelan prácticamente todos los pedidos!

Nintendo, impotente frente a este mazazo, ve cómo todos sus esfuerzos y sus gigantescas inversiones se reducen a nada. Las consecuencias son terribles. La nueva filial **Nintendo Leisure System** se encuentra al borde de la quiebra y la compañía en su conjunto sufre una crisis económica sin precedentes. Yamauchi, al hablar de este episodio, confiará:

«**Podría pensarse que intento no asumir mis responsabilidades pero, en esta jugada, realmente no tuve suerte. Justo cuando las ventas empezaban a dispararse, ocurrió lo peor que podía pasar. Sé de buena tinta que, en los pasillos de nuestros bancos, algunos ya nos veían con un pie en la tumba...**»

Los contables de la compañía son categóricos, la empresa se encuentra en una situación crítica y las previsiones sobre el resultado de explotación de todo el ejercicio deben reducirse a la mitad. ¡Y todo ello únicamente por los malos resultados de los dos últimos meses!

Nintendo está cargada de deudas (evaluadas en 5.000 millones de yenes) y, ante tales estragos, Yamauchi prefiere evitar lo peor y terminar de inmediato con sus actividades de tiro al plato electrónico. Así lo explicará **Yasuhiro Onishi**, entonces director de oficina de Nintendo Tokio:

«**Por extraño que parezca, el presidente no quiso insistir. Se retiró de ese mercado a una velocidad récord, un poco como los ejércitos de**

Nintendo y las máquinas arcade

«¡Con una máquina como ésta en su sala, sin duda atraerá la atención de todo el barrio!»

Los pedidos procedentes de los salones recreativos, sin embargo, siguen siendo tímidos. Para sobrevivir, las salas están obligadas a proponer máquinas innovadoras pero también económicas. Por eso, a Gunpei Yokoi se le ocurre utilizar proyectores y vídeo y, también en 1974, Nintendo saca un dispositivo que ofrece tecnologías más asequibles (películas de 16 mm). Se trata del primer modelo de la serie **Simulation System: Wild Gunman**.

La máquina, en un principio desarrollada para servir de demo técnica, finalmente llega a las salas como una salvación. El jugador, provisto de un revólver, debe disparar lo más rápido posible y ganar los duelos con los cinco pistoleros que aparecen en una pantalla de 90 x 100 cm.

Un ocurrenciente sistema de cambio de banda de vídeo permite sincronizar las secuencias de duelos y el final, en función de cómo se haya disparado.

Siguiendo el mismo principio, Gunpei Yokoi y Nintendo también crean una sorprendente máquina para adultos, **Fascination**, donde las películas que aparecen en la pantalla no muestran a los pistoleros sino a una joven muy guapa (sueca, dicho sea de paso) con un vestido de noche. El objetivo del juego en este caso es verla bailar, esperar a que pose y disparar apuntando a determinadas partes «estratégicas» de la ropa para que la mujer se quede... ¡totalmente desnuda!

En 2005, Masayuki Uemura dará algunos detalles sobre esa máquina durante una conferencia:

«Efectivamente, existía una máquina en la que en lugar de los vaqueros aparecía una joven. Cuando el jugador ganaba, la chica se desvestía. Aunque el modelo al final nunca salió de las instalaciones de Nintendo, seguramente era una de las máquinas más populares entre los miembros del equipo (*risas*).»

Como los ingresos generados por las máquinas recreativas Simulation System son satisfactorios, Nintendo decide continuar su conquista de las pequeñas salas con máquinas que combinan «tiros, vídeo y sonidos». Además, resulta ser una forma muy económica de reciclar la tecnología de los Laser Clay. Las primeras versiones de las máquinas Simulation System son como la presentada en esta página.



A la izquierda, el primer modelo de Wild Gunman (entonces llamado Gun Fight en Japón). Debajo, la pícara Fascination.



Nintendo y las máquinas arcade

pero muy pronto aparece un problema de luminosidad, ya que las tecnologías de proyección de vídeo de la época no ofrecen una buena visibilidad en la pantalla cuando no hay suficiente oscuridad en la sala. Para solucionar el problema, se desarrollan nuevas máquinas con un sistema de paredes anti-luz que permiten proyectar el vídeo en una especie de cámara oscura.

En 1976, **Shooting Trainer** conquista los corazones de un gran número de jugadores de todo el mundo. Otros juegos, muy populares en ferias y parques de atracciones, también utilizan este ingenioso sistema de vídeos en 16 mm, como **New Shooting Trainer** (su continuación, de 1978), **Skyhawk** (combates de avión, de 1976), **Battle Shark** (juego de barcos, de 1977) y varios **Test Driver**. Después de más de tres años de tropiezos, Nintendo por fin retoma el camino del éxito...

En el otoño de 1975, los japoneses asisten al nacimiento de unas máquinas que emplean la tecnología **EVR (Electronic Video Recorder)**, implementada en colaboración con los ingenieros de **Mitsubishi Electric** (aunque el principio de los juegos EVR se inventó en Estados Unidos). El primer título en ver la luz es un juego de carreras hípicas: **EVR Derby Race**. Le seguirán, en el mes de noviembre, **EVR Car Race** y, en 1976, **EVR Baseball**.



Estos modelos, junto a las máquinas de la competencia, ocuparán un lugar privilegiado en los salones recreativos hasta el *boom* de los verdaderos videojuegos. De hecho, estas máquinas serán la respuesta de Nintendo al extraordinario éxito de los primeros **Pong**. Por eso, los pocos documentos sobre **EVR RACE** destinados a los profesionales anuncian lo siguiente sin rodeos:

«Al contrario de los juegos que utilizan pantallas en blanco y negro con combinaciones abstractas de líneas y puntos, el sistema EVR sumerge a los jugadores en una verdadera retransmisión de apasionantes carreras con una pantalla a color.»

Juegos mecánicos y de casinos

Si bien es cierto que la llegada de la electrónica al sector del entretenimiento otorga a la marca una imagen prestigiosa y absolutamente moderna, también lo es que los costes de desarrollo, de montaje y, sobre todo, de mantenimiento alcanzan cantidades exorbitantes. Yamauchi y su equipo deciden jugar en la liga de la alta tecnología, pero no sin dificultades.

Con el fin de maximizar y ampliar su catálogo a todos los tipos de salas de Japón (desde la azotea de los supermercados hasta los parques de atracciones), en la segunda mitad de los setenta Nintendo decide producir varios modelos de juegos «mecánicos».

Hoy, no sabemos exactamente cuántas máquinas se fabricaron, ya que los documentos sobre el tema son casi inexistentes y Nintendo ya no posee ni un solo ejemplar en sus instalaciones. Aun así, hemos logrado acceder a la escasa información disponible, que nos proporciona el nombre de algunos modelos: **Smashmatic** (1977), **Fancy Ball** (1978) y **Dead Line** (1978).

Al mismo tiempo, Nintendo no olvida sus primeros amores y los juegos de azar. Pese a que los casinos de apuestas son objeto de una férrea prohibición, un interés muy marcado por esa cultura del juego se extiende por todo el país. Los casinos existentes utilizan solamente fichas que después pueden canjearse, no por moneda contante y sonante, sino por diferentes premios. La empresa de Kioto ofrece a ese tipo de salas lujosas mesas dedicadas a la ruleta, los dados o el blackjack. La mesa de blackjack se vende a 450.000 yenes y la de los dados a 750.000, pero el precio del suntuoso mueble de madera maciza para la ruleta alcanza los 1,6 millones de yenes.

Por supuesto, las salas también pueden adquirir una amplia gama de accesorios, como bolas de

marfil, fichas, contadores mecánicos, rastrillos de crupier y un gran número de cartas especializadas.

Nintendo y los videojuegos

Como no podía ser de otra manera, el entusiasmo despertado por los primeros videojuegos entre la población estadounidense (con el **Pong** de Atari en 1972) atrae la atención de las empresas japonesas de la industria del entretenimiento. **Taito** y **SEGA** serán las primeras en reaccionar en el país, con el lanzamiento en 1973 de **Pongtron** y **Elepong** respectivamente, dos copias del gran éxito de Atari. Consciente de que se le han adelantado, Yamauchi prefiere que sus «Pong» salgan directamente en versiones domésticas: se convertirán en las **Color TV Game 6** y **15** (ver pág. 212).

Otra de las razones por las que Nintendo tarda más que la competencia en lanzar su primer modelo es que su presidente aún no está totalmente satisfecho con la calidad gráfica y prefiere seguir deslumbrando a los usuarios con las imágenes de las máquinas EVR. Para él, los gráficos ante todo deben supeditarse al juego, proporcionar un sentido al contenido. Si los gráficos van a ser limitados, mejor utilizarlos en obras que no requieran ninguna proeza visual. Por eso, pide a los ingenieros de Mitsubishi que creen una máquina de Go electrónico. En ese juego, los rudimentarios píxeles de la época por lo menos presentan cierta coherencia visual y no van a desconcertar a los jugadores.

Los ingenieros de la empresa colaboradora le contestan que es técnicamente imposible desarrollar ese proyecto, ya que el Go es demasiado complejo, pero que un juego de **Othello** es perfectamente posible.

El primer videojuego destinado a los salones recreativos editado y distribuido por Nintendo se llamará, por lo tanto, **Computer Othello**, y saldrá al mercado en 1978.

El éxito de esta primera tentativa contribuye a que Yamauchi se decida a imitar a sus competidores y participar activamente en la aventura. El segundo título que sale de los laboratorios de Nintendo y Mitsubishi es **Block Fever**, un juego de romper ladrillos que se inspira directamente en el **Breakout** de Atari. Como en la época la experiencia de los programadores todavía es casi inexistente, crear un concepto original exige mucho tiempo y dinero, por lo que todos los fabricantes del mundo producen el mismo tipo de juegos y Nintendo aún está muy lejos de ser una excepción a la regla...

Nintendo copia Space Invaders

Taito, sin embargo, está a punto de aportar una bocanada de aire fresco a esa industria que todavía no brilla por su diversidad. En 1978, la locura

generada por los **Space Invaders** en Japón desde el punto de vista mediático puede compararse al auge de los **Pokémon** o de los **Tamagotchi** a finales de los noventa. En todos los salones recreativos del país, los ruidos de disparos y extra-terrestres destruidos resuenan al unísono. ¡Nunca antes una máquina recreativa había despertado tantas pasiones! Todo el mundo habla de **Space Invaders**, y mayores y niños invaden las salas, abiertas las 24 horas del día...

Space Invaders supone una revelación para Yamauchi. De hecho, no dudará en citar a un sociólogo francés para exponer su pensamiento:

«El francés **Roger Caillois** explica que, para los hombres, es necesario que un juego posea cuatro cualidades para convertirse en un auténtico placer: la competición, el azar, el simulacro y la búsqueda del vértigo. Los videojuegos concentran esos cuatro criterios y **Space Invaders** es el primer título que los ha explotado realmente bien.»

Por desgracia para Taito, la competencia no tarda en inspirarse en su juego y ofrecer a los jugadores auténticas copias (¡o variantes, en el caso de los más valientes!). Nintendo forma parte de esas empresas que roban sin ninguna vergüenza el principio de los invasores pixelados. A principios de 1979, vemos llegar a todos las salas de juego un **Space Fever** (seguido del **Color Space Fever**). Ironía del destino, el título, que no ofrece absolutamente nada nuevo con respecto a las decenas de máquinas de la competencia, pasará desapercibido. Por eso, Nintendo decide aportar modificaciones al juego y unos meses después (todavía en 1979) propone una nueva variante mejorada: **SF-Hisplitter**.

En toda esta historia, la única que realmente sale perdiendo es Taito. Completamente desbordada por la situación, la empresa demanda a todos sus competidores por competencia desleal. En la larga lista



Computer Othello

Nintendo y las máquinas arcade

de acusados se encuentra, evidentemente, la firma de Kioto. Sin embargo, las lagunas jurídicas que rodean la propiedad intelectual en ese nuevo sector permiten que el presidente Yamauchi y los demás copiones obtengan el sobreseimiento de la causa.

En 1979, satisfecho con la decisión de los tribunales, el gran jefe de Nintendo llegará incluso a declarar en una emisión del programa *Reportajes del canal NHK*:

«Con respecto a ese asunto con Taito creo que, en el campo del entretenimiento, no es sano dejar que las editoras tengan la exclusividad de explotación de los nuevos conceptos de juegos. Si a alguien le apetece copiar un concepto de videojuego, ¿qué puede impedirse? ¡No se puede hacer nada contra eso! ¡E incluso es algo muy positivo para el sector! Así es, resulta muy beneficioso que los operadores de la industria se copien entre sí, se inspiren de los juegos de unos y otros. Eso nos permitirá avanzar juntos en un sector activo y de gran tamaño. Quizás haya perjudicado al título *Space Invaders*, pero ha contribuido al desarrollo de toda la creación informática. Más que fabricar videojuegos en secreto y protegidos de cualquier competencia, me parece que es importante comunicar entre nosotros y mostrar a las demás editoras las etapas de desarrollo de los programas.»

¡Hoy en día, esas declaraciones en boca del antiguo presidente nos dejan atónitos! La editora nipona, cuando alcanzó lo más alto de la jerarquía mundial a mediados de los ochenta, también se convirtió en la desarrolladora más secretista durante el proceso de creación de sus nuevos proyectos. En realidad, estas palabras nos permiten darnos cuenta de cuál era la antigua posición de Nintendo, es decir, de su situación de inferioridad frente a Taito. Dado que todavía le quedaba mucho por aprender y aún no ocupaba un lugar entre los líderes del sector, a Yamauchi le interesaba enormemente esa famosa «tolerancia» con respecto a la copia...

Sin embargo, la posición de Nintendo en relación con el plagio cambia radicalmente cuando llega la locura por las *Game & Watch* (y los millones de juegos que retoman el mismo concepto)...

Nintendo y los shooter

Tras esos primeros intentos con ecos poco gloriosos, durante un tiempo Nintendo trabajará codo con codo con SEGA, mucho antes de la gran guerra que enfrentará a los fabricantes de consolas de 8 y 16 bits. Como licenciatario, se encargará de una parte de la distribución en Japón de uno de sus títulos: *Head-On* (rebautizado *Head-On N*, para incluir la

inicial de la compañía de Yamauchi). SEGA, por su parte, distribuirá en Occidente el título de Nintendo *Space Firebird*. Exactamente al mismo tiempo, Yamauchi también firma acuerdos de licencia con otro gigante del arcade, Namco, por lo que veremos aparecer máquinas de *Bomb Bee* (llamadas *Bomb Bee N*) y de *Cutie Q*, dos grandes éxitos de Namco antes de la llegada del célebre *Pac-Man*.

En lo que se refiere a los juegos originales, Nintendo lanza *Sheriff* en 1979. La técnica y los reflejos necesarios para obtener una buena puntuación harán que el título sea un éxito comercial (se produjo incluso un *Sheriff 2*, que pasó desapercibido y del que no queda ninguna huella).

Unas semanas después sale al mercado *Monkey Magic*, un nuevo juego de romper ladrillos con un concepto tan extraño que no generará demasiado interés. ¡No olvidemos que lo que está de moda ya no es ese tipo de juegos, sino los *shoot'em up*!

De hecho, a este respecto, cabe señalar que aunque *Space Invaders* haya sido copiado a ultranza y sin ninguna originalidad por algunos, otros también lo vieron como un reto para desarrollar un nuevo género. Gracias a ese título, veremos aparecer cientos de juegos de disparos intergalácticos. Nintendo contribuirá con sus pequeños títulos, como el nuevo juego de su serie *Space*: *Space Launcher* (un título original que recuerda a... ¡*Frogger!*).

Al año siguiente saldrán *Hellfire*, donde el jugador está al mando de un submarino que debe defenderse de los bombardeos de helicópteros, y *Radar Scope*, que gracias a sus «pseudo-3D» disfruta de una cálida acogida por parte de los jugadores nipones. Ese título, además, dará lugar al nacimiento del mayor héroe de videojuegos de todos los tiempos.

Así es, *Radar Scope* iba a servirle a Nintendo para implantarse en Estados Unidos, pero los jugadores estadounidenses no le prestaron ninguna atención. *Minoru Arakawa*, el yerno del presidente Yamauchi destinado en el país para cumplir esa misión, se pone en contacto con Japón y solicita urgentemente que le envíen un nuevo título para sustituir las miles de máquinas no vendidas. Gunpei Yokoi supervisará el trabajo del prometedor joven *Shigeru Miyamoto* en la elaboración de *Donkey Kong*, donde por primera vez aparecerá *Mario*.

En 1981, *Sky Skipper* se aleja un poco de los caminos más transitados gracias a su ambiente muy cómico y a sus grandes y coloridos *sprites*, mientras que *Space Firebird* (reeditado en 1981 por otra distribuidora con el nombre de *Space Demon*), basado en el principio del *Galaxian* de Namco, sorprende por la belleza de sus gráficos.

SHOOTING TRAINER



Simulation System

Lanzamiento: A partir de 1974

Género: Simulación de disparos

Desarrollo: Nintendo

EE.UU.: Sí

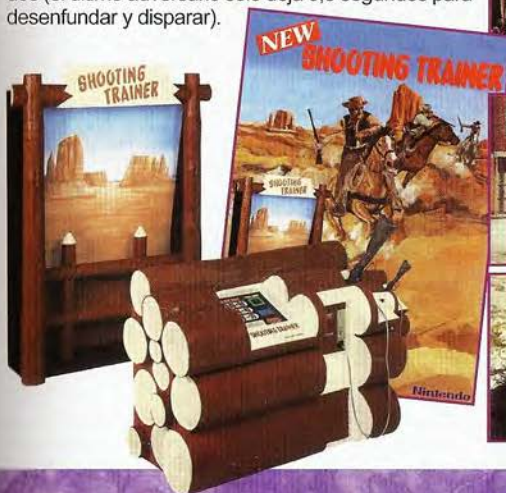
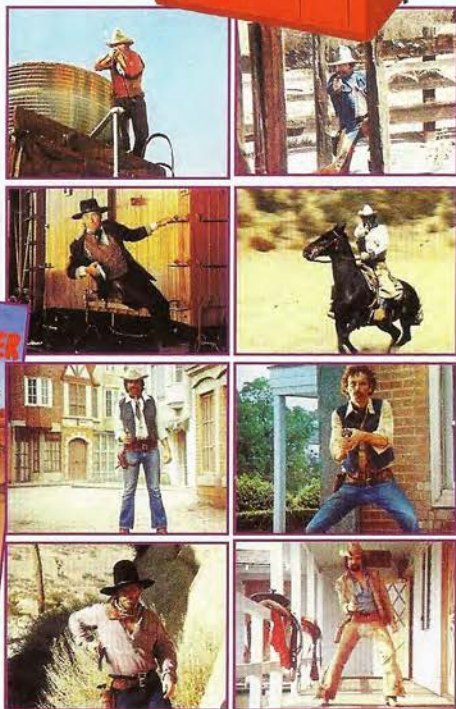
Europa: Sí

WILD GUNMAN



Tras la terrible mala suerte y el fiasco que acompañaron el lanzamiento de su **Laser Clay System**, Nintendo recicla la tecnología de las pilas fotovoltaicas combinándola con vídeos de 16 mm (las películas se proyectan en una pantalla cuadrada de 47 pulgadas). La empresa logra crear auténticos simuladores de disparos gracias a un ocurrente sistema que cambia automáticamente las bandas de vídeo en función de las acciones del jugador.

Así nacen el **Simulation System** y las máquinas recreativas **Wild Gunman** y **Shooting Trainer**. En el primer juego, por 100 yenes el jugador puede seleccionar uno de los cuatro vídeos, y dispone de cinco balas para desarmar a los cinco forajidos que se presentan ante él. La duración media de una partida es de 90 segundos. Los primeros duelos son fáciles (el tiempo de reacción del primer pistolero es de 3,5 segundos), pero los siguientes son mucho más rápidos (el último adversario sólo deja 0,5 segundos para desenfundar y disparar).





Los tramposos deberán tener cuidado, ya que un detector situado en la funda colgada de su cintura comprobará si el jugador desenfunda la pistola en el momento del duelo. En el segundo título, las bandas de 16 mm muestran de forma aleatoria imágenes de botellas de cristal en decorados del oeste. El jugador deberá intentar alcanzar la puntuación máxima de 40 puntos con una escopeta. En función de sus resultados, se le atribuirá un grado (A, B o C). Posteriormente saldrá al mercado un **New Shooting Trainer** pero, aparte de la forma de la máquina (mucho más bonita, con troncos de madera) y de un recuento de puntos diferente (hasta 50, con una partida gratuita a partir de 46 puntos), el contenido del juego no cambiará nada. A título informativo, podemos señalar que una máquina de **New Shooting Trainer** en 1979 costaba 1,2 millones de yenes. En 1976 aparecen otros simuladores que retoman el mismo principio con algunos cambios. Las nuevas máquinas presentan simulaciones de combates aéreos (**Skyhawk**) o persecuciones en fuerabordas (**Battle Shark**). Las armas clásicas se sustituyen por reproducciones de ametralladoras automáticas. Las explosiones, en el plano tanto visual como sonoro, son muy realistas, y la acción trepidante. Además, cuando el jugador consigue la máxima puntuación, gana una partida gratis.



TEST DRIVER

En octubre de 1978, Nintendo lanza el sexto y último modelo de su serie Simulation System, llamado **Test Driver**. Como su nombre indica, las armas en este caso dan paso a un gran volante de coche. Si a mediados de los sesenta la población se divertía conduciendo pequeños automóviles sobre una cinta (como en **Drive Game**, pág. 146), en este título, ¡los jugadores tendrán que guiar su bólido por una pantalla de vídeo!

Debemos imaginarnos una película donde se ve desfilar una carretera llena de curvas y, justo delante, la reproducción de plástico del capó de un coche. El capó, por supuesto, es independiente de las imágenes y puede desplazarse lateralmente gracias al volante, lo que da la impresión de estar circulando por la carretera. En función del lugar que ocupe el bólido en las curvas o cuando viene un coche en dirección contraria, el proyector cambiará a una nueva banda, y simulará en el decorado un choque o un accidente.

EVR



EVR Race System

Lanzamiento: A partir de 1975

Género: Lotería en video

Desarrollo: Nintendo/Mistubishi

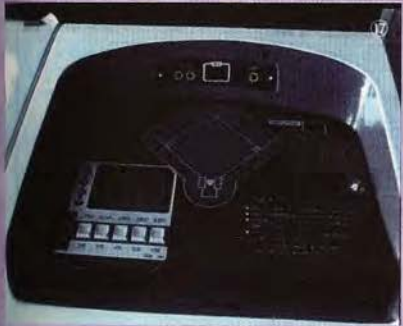
EE.UU.: No

Europa: No



El EVR System (Electronic Video Recorder) llegó a Japón en 1975. En realidad, se trata de un sistema que combina muy hábilmente una «lotería» y el vídeo. Hablemos, por ejemplo, del modelo **EVR Race Derby**. En la pantalla, vemos el dibujo animado de una carrera hipica en la que participan cinco caballos (un vídeo realizado por **Yoichi Kotabe**, famoso animador que hoy en día trabaja para Nintendo). Ante cada jugador, un cuadro de mandos con distintos botones parpadeantes. Durante unos segundos, la banda difunde el principio de la carrera, momento en el que pueden insertarse las fichas (del tamaño de las monedas de 25 centavos de dólar) para apostar por dos números. Unos segundos después, se bloquean las apuestas y el jugador debe esperar a que el dibujo animado dé su veredicto. Si los dos caballos por los que ha apostado llegan en el orden adecuado, el jugador gana la apuesta y recibe nuevas fichas. Evidentemente, ¡las imágenes de la pantalla nunca son las mismas! Ahí es donde entra en juego el vídeo «aleatorio». Así es, cuando se cierran las apuestas, la máquina utiliza un sistema de acceso aleatorio para seleccionar una de las 59 bandas con distintas

Las máquinas EVR Race se desarrollan gracias a una colaboración de los ingenieros de Nintendo y de Mitsubishi. Se producen y ajustan antes de su comercialización en las fábricas de Kioto. Los vídeos EVR Derby y EVR Car Race utilizan las mismas máquinas, por lo que las salas sólo tienen que cambiar las bandas de vídeo. EVR Baseball es la única versión que requiere un cuadro de mandos distinto y específico.



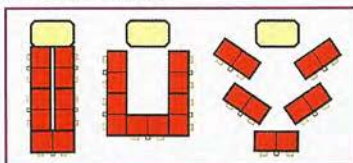
Nintendo y las máquinas arcade

combinaciones de llegadas a la meta de los caballos. Para añadir realismo a la simulación, Nintendo y Mitsubishi crean un sencillo sistema para determinar las ganancias según las apuestas. Al igual que en las carreras de verdad, algunos caballos son «favoritos» y, por lo tanto, están mejor clasificados.

Por ejemplo, las probabilidades de que el caballo nº 1 termine en los dos primeros puestos en cada carrera son del 27 al 30%, mientras que las del caballo nº 5 son sólo del 12%. Si optamos por la seguridad, apostaremos por los mejores caballos, pero las ganancias en caso de victoria serán menores (cuatro veces la apuesta). Por el contrario, si apostamos por caballos que suelen obtener peores resultados, podremos ganar hasta veinticinco veces nuestra apuesta inicial.

Además de las carreras de caballos, Nintendo desarrolla el mismo sistema con verdaderas carreras de coches (**EVR Car Race**). En 1976, presenta también un modelo dedicado al béisbol (en el que se apuesta por el ataque o la defensa y después hay que imaginar las bases por las que el bateador logrará pasar o el lugar en que el defensa conseguirá interceptar la pelota).

En un primer momento, Nintendo comercializa dos tipos de máquinas EVR System. El primero, llamado **Personal Game Type**, permite jugar en solitario, frente a una pantalla de 16 pulgadas. La segunda versión se denomina **Mass Game Type** y permite que 10 personas jueguen simultáneamente frente a una pantalla de 26 pulgadas. Unos meses después, en septiembre de 1976, saca una versión denominada **EVR Race 5**, con una pantalla de 18 pulgadas. Es más compacta, por lo que sólo permite que cinco jugadores la utilicen juntos.



El modelo Mass Game Type es desmontable, por lo que puede instalarse de distintas formas.

El cuadro de mandos para realizar las apuestas.



EVR Derby Race en versión Personal Type.



EVR Baseball

Mecanic Games

Lanzamiento: Medios de los 70

Género: Destreza

Desarrollo: Nintendo

EE.UU.: No

Europa: No



En la actualidad, no se sabe exactamente cuántos juegos «mecánicos» fueron desarrollados y distribuidos por Nintendo.

Pese a ello, algunos archivos encontrados muestran un juego muy original lanzado a mediados de los setenta. Se trata de **Smashmatic**, una divertida máquina para dos jugadores que simula un partido de tenis. Cada jugador agarra un mango que puede mover de izquierda a derecha y que dirigirá los movimientos de la raqueta. En cada mango hay un botoncito que permite dar un golpe de raqueta y enviar la pelota al campo contrario. En función de la presión ejercida, se puede golpear la pelota con fuerza o engañar al contrincante. Además, el pivote central con la pelota puede cambiar de dirección en cualquier momento. Hacen falta unos excelentes reflejos para no dejarla escapar. La partida termina cuando uno de los jugadores llega a nueve puntos o cuando se agotan los seis minutos que suele permitir el cronómetro.

Otras recreativas, como **Fancy Ball** o **Dead Line** (ambas lanzadas en 1978), son simples máquinas de premios. Una o dos bolas caen desde la parte superior de la máquina y el usuario debe utilizar los botones o una palanca para conseguir guiarlas hasta los agujeros bonus. En función del resultado, saldrán por la apertura de la parte inferior algunas fichas o pequeños lotes (en general bolsas de caramelos).



製品標準価格

半自動大形ホーレット 付録ロケット 1台 1000円 456,000円

ニカラ・ブス 付録ローリング 1台 1000円 186,000円

アタック・ジャンプ 付録ロケット 1台 1000円 456,000円

ピカピカ 付録ロケット 1台 1000円 186,000円

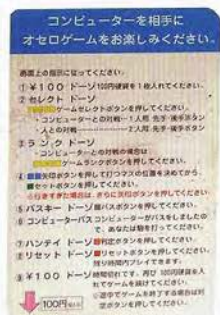
※ 本誌掲載の価格は、税別、税別価格を記載しています。

— 製品一覧 —

製品名	標準価格	税別価格
半自動大形ホーレット	456,000円	456,000円
ニカラ・ブス	186,000円	186,000円
アタック・ジャンプ	456,000円	456,000円
ピカピカ	186,000円	186,000円
半自動大形ホーレット	456,000円	456,000円
ニカラ・ブス	186,000円	186,000円
アタック・ジャンプ	456,000円	456,000円
ピカピカ	186,000円	186,000円

任天堂株式会社

En estos dos documentos para profesionales, auténticas rarezas, figura la lista de precios de las distintas máquinas de Nintendo Leisure System del mes de octubre de 1979. Nos permiten conocer los precios de las máquinas recreativas, mesas, accesorios para los casinos y máquinas de premios en esa fecha. Por ejemplo, una Dead Line costaba 298.000 yenes.



Computer Othello

Lanzamiento: Junio 1978

Género: Othello

Desarrollo: Mitsubishi/Nintendo

EE.UU.: No

Europa: No

La salida de **Computer Othello** en 1978 tuvo mucha repercusión, sobre todo en los numerosos círculos de aficionados al juego existentes en la época. Hay que decir que el principal interés de la máquina era que ofrecía la posibilidad de medirse con un ordenador. Esto hoy en día quizás nos haga reír pero, en aquel momento, muy pocos habían tenido la oportunidad de acercarse a la inteligencia artificial, por lo que poder desafiar a un ordenador al Othello impresionaba enormemente. Disponible en gran cantidad de salas y cafeterías japonesas, este título monocromo (con cruces y cuadrados a modo de blanco y negro) cumple sus funciones y despierta un vivo interés. En solitario, el juego ofrece cuatro niveles de dificultad, aunque el más elevado rápidamente muestra sus limitaciones.

Computer Othello únicamente está disponible en una versión de mesa (cóctel) y puede jugarse en solitario o con dos jugadores a la vez. Cada jugador posee varios botones para ajustar la posición del cursor y confirmar sus decisiones. También existe un botón para pasar cuando no se pueda realizar ningún movimiento en el turno. Para evitar las partidas interminables, un temporizador ajustado a 300 segundos/100 yenes permite limitar algunos duelos. En el modo de un solo jugador, el tiempo de reflexión del ordenador no se contabiliza.

Posteriormente, en 1980, saldrá al mercado una versión doméstica de esta máquina recreativa, la famosa **Computer TV Game** (ver pág. 224).





Cuando en 1979 sale **Space Fever**, rápidamente seguido de **Color Space Fever**, ambos títulos se confunden con las decenas de otras copias del gran éxito de Taito: **Space Invaders**. Aunque esté muy lejos de negar el plagio, unos meses después el presidente Yamachi trata de innovar con una nueva versión: **Space Fever Hisplitter**. El concepto no cambia (destruir a los invasores que aparecen por arriba antes de que

Space Fever/Color/Hisplitter

Lanzamiento: 1979

Género: Space Invaders-like

Désarrollo: Ikegami/Nintendo

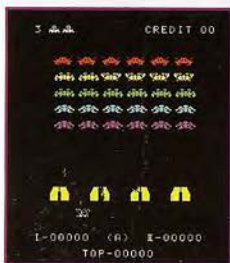
EE.UU.: No

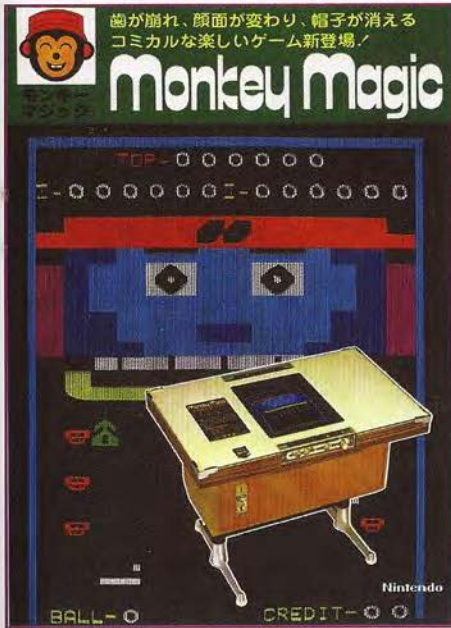
Europa: No

Otros: Modo para dos jugadores

lleguen a la parte baja de la pantalla), pero puede apreciarse una auténtica novedad: los alienígenas son más grandes (el doble de tamaño que en la versión anterior) y más fáciles de alcanzar. Sin embargo, cuando el jugador no consigue dar exactamente en el centro de un enemigo, éste se desdobra en dos invasores más pequeños. ¡En lugar de desaparecer, los enemigos en la pantalla pueden duplicarse!

Las posibilidades de guardar las tres mejores puntuaciones (hasta que se apague la máquina) y de escoger entre tres modos de juego distintos también pueden considerarse novedades con respecto al Space Invaders original. Aun así, esos famosos «tres modos de juego» en realidad sólo ofrecen variantes en los desplazamientos de las hordas enemigas...





Monkey Magic

Lanzamiento: Octubre de 1979

Género: Juego de romper ladrillos

Desarrollo: Nintendo

EE.UU.: No

Europa: No

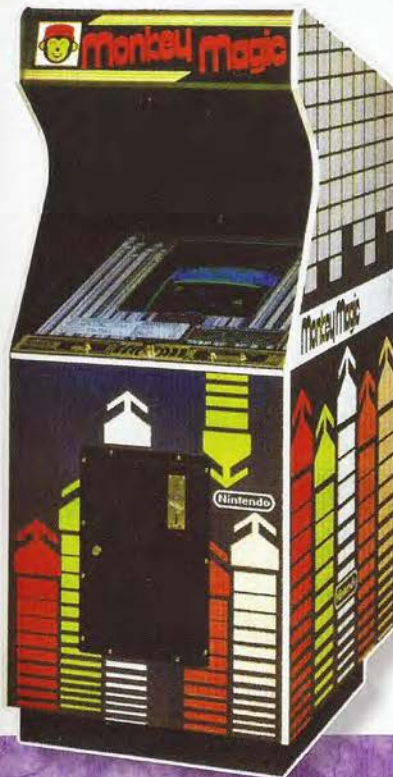
Otros: Modo para dos jugadores

Quizás por orgullo, o para olvidarse mejor del fiasco de **Block Fever**, en 1979 Nintendo se empeña en demostrar que sus hombres son capaces de crear juegos de romper ladrillos originales. La prueba es este **Monkey Magic**, un título que, por cierto, se ha convertido en una auténtica rareza muy buscada por los coleccionistas más adinerados.

Debemos imaginarnos a un mono con una cinta roja en la cabeza que reacciona al contacto del proyectil. Al principio, tiene la boca cerrada, pero podemos abrirla si conseguimos darle en la barbilla con una de las tres flechas. A continuación, podremos disfrutar atacando sus dientes (destruibles), cerrarle un ojo (30 puntos) y después el otro (200 puntos), quitarle la cinta y darle miedo cambiando el color de su piel.

Sin embargo, el animal (llamado **Taimu**) no es de los que se dejan abatir fácilmente. Cuando más aumente nuestra puntuación, más cabezas de mono nos enviará para estorbar el avance de nuestros proyectiles.

El juego es bastante divertido gracias a algunos detalles, como el cambio de velocidad cuando pasamos sobre su nariz (efecto estornudo). Además, no tiene fin, ya que a medida que se avanza, la cinta y los dientes vuelven a aparecer. El único objetivo de este título, lanzado en una mesa de tipo cóctel y en una máquina vertical, es obtener el mayor número de puntos posible.





Cuando en 1979 sale **Space Fever**, rápidamente seguido de **Color Space Fever**, ambos títulos se confunden con las decenas de otras copias del gran éxito de Taito: **Space Invaders**.

Aunque esté muy lejos de negar el plagio, unos meses después el presidente Yamachi trata de innovar con una nueva versión: **Space Fever Hisplitter**.

El concepto no cambia (destruir a los invasores que aparecen por arriba antes de que

lleguen a la parte baja de la pantalla), pero puede apreciarse una auténtica novedad: los alienígenas son más grandes (el doble de tamaño que en la versión anterior) y más fáciles de alcanzar. Sin embargo, cuando el jugador no consigue dar exactamente en el centro de un enemigo, éste se desdobra en dos invasores más pequeños. ¡En lugar de desaparecer, los enemigos en la pantalla pueden duplicarse!

Las posibilidades de guardar las tres mejores puntuaciones (hasta que se apague la máquina) y de escoger entre tres modos de juego distintos también pueden considerarse novedades con respecto al **Space Invaders** original. Aun así, esos famosos «tres modos de juego» en realidad sólo ofrecen variantes en los desplazamientos de las hordas enemigas...

Space Fever/Color/Hisplitter

Lanzamiento: 1979

Género: Space Invaders-like

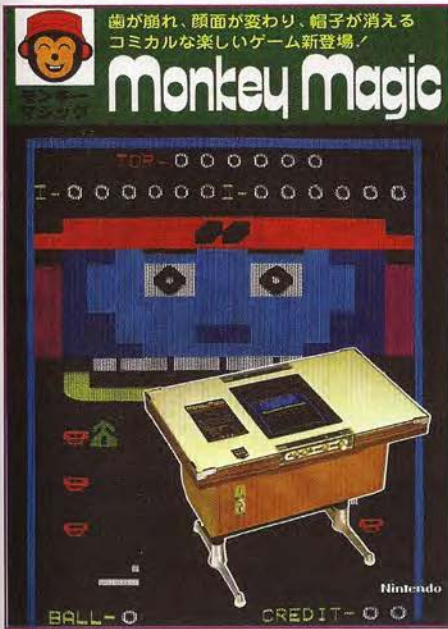
Désarrollo: Ikegami/Nintendo

EE.UU.: No

Europa: No

Otros: Modo para dos jugadores





Monkey Magic

Lanzamiento: Octubre de 1979

Género: Juego de romper ladrillos

Desarrollo: Nintendo

EE.UU.: No

Europa: No

Otros: Modo para dos jugadores

Quizás por orgullo, o para olvidarse mejor del fiasco de **Block Fever**, en 1979 Nintendo se empeña en demostrar que sus hombres son capaces de crear juegos de romper ladrillos originales. La prueba es este **Monkey Magic**, un título que, por cierto, se ha convertido en una auténtica rareza muy buscada por los coleccionistas más adinerados.

Debemos imaginarnos a un mono con una cinta roja en la cabeza que reacciona al contacto del proyectil. Al principio, tiene la boca cerrada, pero podemos abrirla si conseguimos darle en la barbilla con una de las tres flechas. A continuación, podremos disfrutar atacando sus dientes (destruibles), cerrarle un ojo (30 puntos) y después el otro (200 puntos), quitarle la cinta y darle miedo cambiando el color de su piel.

Sin embargo, el animal (llamado **Taimu**) no es de los que se dejan abatir fácilmente. Cuando más aumente nuestra puntuación, más cabezas de mono nos enviará para estorbar el avance de nuestros proyectiles.

El juego es bastante divertido gracias a algunos detalles, como el cambio de velocidad cuando pasamos sobre su nariz (efecto estornudo). Además, no tiene fin, ya que a medida que se avanza, la cinta y los dientes vuelven a aparecer. El único objetivo de este título, lanzado en una mesa de tipo cóctel y en una máquina vertical, es obtener el mayor número de puntos posible.





Sheriff

Lanzamiento: Octubre de 1979

Género: Acción/Shoot'em up

Desarrollo: Nintendo

EE.UU.: Sí

Europa: Sí

Otros: Modo para dos jugadores



Durante su ronda diaria, un **Sheriff** es testigo del secuestro de **Lady**, su hermosa novia. Guiado únicamente por los dictados de su corazón y su valentía, corre en su busca pero rápidamente se ve rodeado por los dieciséis peores malhechores del condado, ¿Podrá conseguir salvarse y liberar a la chica? Tendrá que tener mucho cuidado con los bandidos más temerarios, que se atreverán a franquear los límites para atacar al pobre justiciero.

Además de su relativa originalidad para la época, Sheriff puede vanagloriarse de ser el primer juego con guión de Nintendo, varios meses antes de **Donkey Kong** (que muchos consideran, erróneamente, el primer videojuego con guión de la historia).

Gracias a su original sistema de control (un joystick sirve para los desplazamientos del héroe y un mando rotatorio permite orientarlo en ocho direcciones), a sus doce sonidos diferentes (un récord), a sus bonificaciones (el buitre) y a su pequeña escena final (el gran corazón), el éxito de Sheriff fue impresionante.

Cabe señalar, además, que las ilustraciones de las máquinas y de la documentación fueron realizadas por el mismo diseñador de personajes que elaboró los pequeños personajes utilizados en las **Game & Watch**...

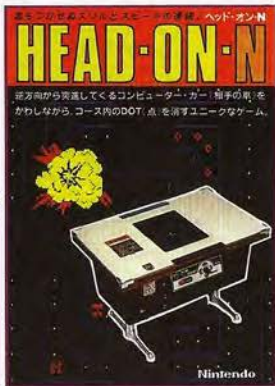
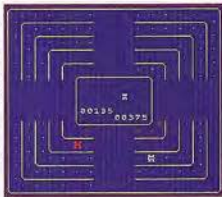
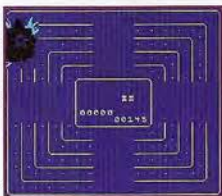
También se ha descubierto una versión de Sheriff distribuida por **Exidy** en Estados Unidos y rebautizada con el nombre de **Bandido**, aunque no se sabe si es una copia o una licencia oficial.



Los juegos de arcade de terceros distribuidos por Nintendo

Aunque esta realidad habría sido muy chocante si se hubiese aireado a mediados de los ochenta, es interesante constatar que Nintendo en otros tiempos adquirió licencias de otras empresas para ampliar su catálogo de máquinas recreativas. ¡Y no de cualquier empresa, ya que las desarrolladoras contactadas fueron **SEGA** y **Namco**!

En relación con la primera, podemos hablar de **Head-On 2** (el 2 se sustituirá por la N de Nintendo), un juego de culto de 1979 donde el jugador conduce un bólido y debe recuperar todos los píxeles dispuestos en la pantalla, aunque sobre todo tendrá que evitar al coche enemigo, que no parará de perseguirlo y tratar de chocarse con él. Por fortuna, para defenderse, el jugador podrá lanzar algunas bombas contra su perseguidor.



Después de SEGA, y también el mismo año, Nintendo se pone en contacto con Namco para distribuir algunos títulos. Se interesará principalmente por **Bomb Bee** (al que Nintendo también añadirá su N), un juego que combina con inteligencia el flipper y el



juego de romper ladrillos. Una curiosidad: Bomb Bee es la segunda máquina recreativa de Namco pero también el segundo juego imaginado por Toru Iwatani, a quien un año después le deberemos el célebre **Pac-Man**.

El último título distribuido por Nintendo será otra obra de Namco de 1979, también creada por Iwatani: **Cutie Q**.

Aunque el concepto de flipper/juego de romper ladrillos sea exactamente el mismo que en Bomb Bee-N, en ese nuevo juego la puesta en escena mejora enormemente. Por ejemplo, aparecen pequeños personajes pixelados, predecesores de los fantasmas del Pac-Man, que habrá que eliminar para ganar puntos.





Space Launcher

Lanzamiento: 1979

Género: Acción/Destreza

Desarrollo: Nintendo

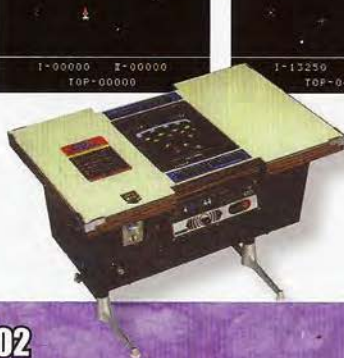
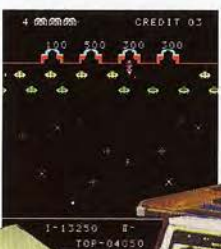
EE.UU.: Sí

Europa: Sí



Jugar al **Space Launcher** debería forzosa-mente traer a la mente de los más viejos el **Frogger** o el **Freeway** (Atari 2600). Aunque la puesta en escena no sea igual que la de esos dos títulos, el concepto del juego es prácticamente el mismo. Así es, el jugador está al mando de un cohete y debe viajar entre la Tierra y la estación espacial pero, para lograrlo, tendrá que evitar decenas de meteoritos y naves enemigas que tratarán de impedirle el paso. Para defenderse, sólo contará con un pequeño láser y con su habilidad.

El jugador podrá acelerar y desplazarse lateralmente para alcanzar la base. Tendrá que avanzar y retroceder muchas veces, y deberá dosificar la energía del reactor con gran precisión. Además, en cada escenario, unas bases valen más puntos que otras. Los aficionados a acumular puntos tendrán que recurrir a toda su pericia para abrirse paso, mientras que los más prudentes optarán por el camino más seguro. Casi al mismo tiempo saldrá en Estados Unidos un juego de **Universal** llamado **Galaxy Wars**, idéntico a grandes rasgos a **Space Launcher**. Sin embargo, no sabemos quién copió a quién...





Space Firebird

Lanzamiento: Finales de 1980

Género: Disparos

Desarrollo: Ikegami/Nintendo

EE.UU.: Sí

Europa: Sí



Space Firebird es probablemente el primer juego de Nintendo que disfrutó de una amplia difusión. En algunos países occidentales fue distribuido por Gremlin/SEGA, y la licencia incluso fue adquirida por la empresa **Fortrek**. Para esta última, el título recibe el nombre de **Space Demon** en Estados Unidos, además de sufrir algunas modificaciones gráficas (en particular, el *sprite* de las naves espaciales). En Francia, la empresa **René Pierre** de Chalon-sur-Saône difunde el juego, pero parece ser que sin ninguna licencia...

Aunque **Space Firebird** básicamente se aproveche del éxito de **Galaga**, aporta algunas novedades, como la posibilidad de utilizar (una vez por cada nave espacial) el botón **Warp**, que la propulsará hacia delante durante unos segundos y la convertirá en invencible. En función de los enemigos derribados, el número de puntos será diferente, y el pájaro de fuego, considerado «el Emperador», será el que permita obtener más puntos.

Lo que más impresiona en **Space Firebird** es la fineza de sus gráficos. Por primera vez en un juego de Nintendo, cada *sprite* puede contener píxeles de distintos colores. Además, los efectos de sonido llevan la firma de **Hirokazu Tanaka**, que será el autor de famosos temas de videojuegos como **Dr. Mario** o **Balloon Fight**.



Space Demon



HELIFIRE



Al contrario de lo que su nombre podría hacernos suponer, **Heli Fire**, basado en una idea sacada directamente de **Sea Wolf** (Midway/Taito), no nos sitúa al mando de un helicóptero. En realidad, nos encontramos en el interior de un submarino y debemos intentar sobrevivir a los ataques enemigos el

mayor tiempo posible. Por una parte, los helicópteros (de cuatro colores distintos, en función de su velocidad) recorren el cielo estrellado lanzándonos misiles para destruirnos (atacan en grupos, y en cada nivel aparecen treinta aparatos en total). Además, también tendremos que tener cuidado con los barcos, torpedos y otras minas que contaminan las aguas por las que navegamos.

Nuestro submarino puede moverse en ocho direcciones y es capaz de tirar salvas de misiles para defenderse. Cuando hayamos conseguido acabar con un número determinado de helicópteros, ganaremos bonificaciones y tendremos el honor de contemplar las imágenes de unas supuestas «bailarinas de las islas» que han venido para recompensar nuestras hazañas.

Un juego entretenido que realmente requiere que el jugador utilice toda su habilidad, ya que además de tener que estar atento y ser muy preciso para eliminar los aparatos que surcan el aire, también deberá ser rápido y minucioso para deslizarse entre las numerosas trampas submarinas...



HeliFire

Lanzamiento: Septiembre de 1980

Género: Disparos

Desarrollo: Ikegami/Nintendo

EE.UU.: Sí

Europa: Sí



Radar Scope

Lanzamiento: Noviembre de 1980

Género: Disparos

Desarrollo: Ikegami/Nintendo

EE.UU.: Sí

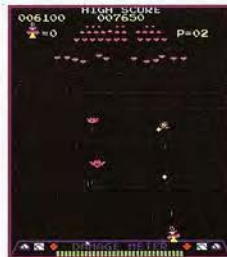
Europa: Sí

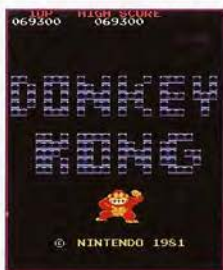
Cuando Radar Scope sale al mercado a finales de 1980, Nintendo cree haber logrado una jugada maestra. Técnicamente, el juego de disparos de la compañía es impresionante. Con sus *sprites* de colores y sorprendentemente finos, su convincente perspectiva en 3D y sus numerosos efectos de sonido futuristas, Radar Scope es intachable.

Por desgracia, dejando a un lado esas proezas tecnológicas, el título se limita a retomar conceptos lúdicos ya explotados hasta el exceso por la competencia. De hecho, a primera vista, el cliente habitual de los salones recreativos reconocerá una enésima copia del *Galaga* de Namco...

Una de las pocas originalidades aportadas a ese concepto cada vez más anticuado es el sistema de barra de vida instaurado por Nintendo. Cuando la barra se pone roja, la nave se ralentiza y se reduce la frecuencia de sus disparos. La barra disminuye en función de los ataques enemigos. Aunque evitemos los misiles de nuestros adversarios, estos pueden estrellarse contra nuestra base. Para evitar su destrucción, tendremos que ser rápidos e interceptar a los posibles kamikazes y otros objetos peligrosos antes de que alcancen la parte baja de la pantalla.

Pese a esta buena idea, el público no se interesa por el juego, que caerá en el olvido rápidamente.





Donkey Kong

Lanzamiento: Agosto de 1981

Género: Plataformas

Desarrollo: Ikegami/Nintendo

EE.UU.: Sí

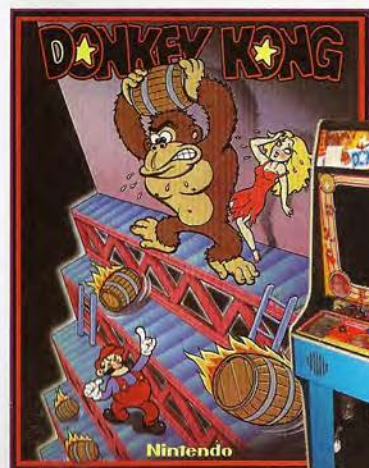
Europa: Sí



Las anécdotas acerca del nacimiento de **Donkey Kong** han dado la vuelta al mundo. Todo empieza cuando Nintendo decide abrir una oficina de **Nintendo of America** en Seattle y Yamauchi organiza el envío por barco de varios miles de máquinas **Radar Scope**.

Por desgracia, cuando las máquinas llegan por fin a buen puerto, ¡se topan con la indiferencia total de los salones recreativos! Arakawa, el presidente de Nintendo of America, se encuentra con unas existencias gigantescas de máquinas sin vender bajo el brazo. Para la nueva filial, se trata de una auténtica catástrofe, pero el yerno de Yamauchi no tira la toalla y pide que la tarjeta del juego de Radar Scope se sustituya rápidamente por una nueva. En esa situación de urgencia, **Gunpei Yokoi** ordena al joven **Shigeru Miyamoto** y al estudio **Ikegami** que realicen un nuevo juego. Dicho y hecho: Donkey Kong llega unos meses después al rescate de la filial norteamericana. Los efectos de sonido de hecho delatan los orígenes del juego, ya que son exactamente los mismos que los ruidos emitidos por los disparos de la nave de Radar Scope...

Y aunque muy pocos confían en las posibilidades de ese gorila «estúpido» entre los estadounidenses («que adoran los juegos con armas y naves espaciales»), ¡ocurrirá todo lo contrario! Donkey Kong llegará a ser la licencia de máquinas recreativas más rentable del mundo, junto a **Pac-Man** y **Street Fighter II**. Además, su héroe, el famoso **Jumpman**, está llamado a convertirse en la mascota de toda una sociedad: ¡**Mario!**





Sky Skipper

Lanzamiento: Agosto de 1981

Género: Disparos

Desarrollo: Nintendo

EE.UU.: Sí

Europa: Sí

Justo después de Donkey Kong sale **Sky Skipper**, que pone en escena a **Mr. You** y a horribles gorilas decididos a invadir **Wonder Kingdom**. Han secuestrado a los cuatro miembros de la familia real (corazón, diamante, pica y trébol), así como a todos los súbditos del país.

Montados en nuestra avioneta, tendremos que volar en su ayuda y evitar a los ruines primates (con auriculares en los oídos y lanzando pelotas de béisbol).

Recorreremos varios niveles, cerca del castillo o en su interior, tratando de liberar a sus ocupantes. Para conseguir que los prisioneros puedan salir unos segundos de sus celdas, tendremos que apuntar con precisión y lanzar bombas contra los gorilas. Como en cualquier máquina recreativa digna de ese nombre, la carrera por conseguir puntos también es fundamental. Para situarnos entre los mejores, podremos intentar liberar a los pequeños personajes por familias. Por ejemplo, cuatro corazones salvados consecutivamente otorgan una mayor bonificación. Pero hay que ser muy veloces, ya que el nivel de gasolina baja muy rápido, una amenaza para el éxito de nuestra misión.

El punto fuerte de este jueguito olvidado es sin lugar a dudas su ambiente. Aunque los gráficos de los escenarios estén muy pixelados y sean especialmente toscos, las imágenes de los distintos protagonistas son ejemplares. Las mímicas y la fineza de sus rasgos los convierten en personajes increíblemente cautivadores.

El parentesco entre los gorilas de Sky Skipper y de Donkey Kong no se ha probado, pero los más melómanos reconocerán uno de los temas de Donkey Kong durante algunos de los pequeños interludios entre los niveles de este gracioso *shoot'em up*.





Donkey Kong JR.

Lanzamiento: Agosto de 1982

Género: Plataformas

Desarrollo: Nintendo

EE.UU.: Sí

Europa: Sí

¡Hubiese sido extraño que Nintendo no aprovechara el increíble éxito mundial de Donkey Kong para proponer una continuación de las aventuras del carpintero de mono rojo! Pues bien, en el nuevo juego, tras liberar a su novia de las garras del odioso simio, ¡el bigotudo ha capturado y encerrado a **Kong** en una jaula! ¡Se ha convertido en el verdugo!

No importa, nos pondremos en la piel de **Kong Jr.** para ayudar a su pobre padre y liberarlo. En nuestro camino, tendremos que evitar mil y una trampas. Cadenas de metal carnívoras y depredadores con alas tratarán de cerrarnos el paso e impedir que nos hagamos con las llaves del candado. Por otra parte, aparecerán distintas frutas para consolarnos y hacer progresar nuestra puntuación a lo largo de los cuatro niveles del juego.

Como la primera parte, este nuevo episodio presenta un contenido lúdico y técnico muy elaborado y no tiene nada que envidiarle a la competencia. Donkey Kong Jr. será el gran éxito comercial que

la compañía ha previsto. Por consiguiente, también será (al igual que el primer DK) el centro de múltiples conflictos.

Señalaremos, por ejemplo, el que estalla entre Nintendo e Ikegami, empresa hasta entonces encargada de programar los juegos ideados por los creativos de Kioto. Fueron ellos quienes programaron el primer Donkey Kong, y acusan a Nintendo de haber utilizado y modificado sin su autorización los mismos datos para realizar este nuevo episodio.

Sin embargo, parece que las partes alcanzaron un acuerdo «amistoso» y el asunto quedó ahí...



POPEYE

El refrán es tajante: «Rectificar es de sabios». **King Features Syndicates** (la empresa titular de los derechos de explotación de **Popeye**) es de las que saben reconocer sus errores y no dudan en dar marcha atrás para defender los intereses de su sociedad.

Así es, en un principio, los protagonistas de **Donkey Kong** iban a ser **Popeye** (en vez de Mario), **Brutus** (en vez del gorila) y la flacucha **Olivia** (en vez de la novia). Simplemente, KFS se negó a ceder sus derechos a Nintendo, que se vio obligada a inventar deprisa y corriendo unos héroes de sustitución... Por eso, Popeye se convirtió en Donkey Kong en 1981.

Sin embargo, tras el éxito del juego, la propia empresa estadounidense se pone en contacto con Hiroshi Yamachi en 1982 con el fin de ofrecerle la licencia del héroe fumador de pipa para una posible explotación en arcade.

Finalmente, en diciembre de 1982 ve la luz Popeye, un nuevo juego de plataformas en el que seremos el célebre marinero aficionado a las espinacas. Nuestro eterno rival trata de ligarse a Olivia pero ella sólo tiene ojos para nosotros y nos envía unos besos muy tiernos (en forma de corazón) que tendremos que atrapar. Brutus, celoso, intenta evitarlo por todos los medios. En el nivel dos, nuestra amada nos tocará una serenata y nuestra misión será recuperar las notas. En el nivel tres, Brutus decide directamente llevarse a la joven en su barco y alejarla de nosotros. Por suerte, Popeye llega justo antes de que el barbudo despliegue las velas. ¿Conseguiremos escuchar los lamentos de nuestra amada (y reunir las letras de la palabra HELP) para liberarla?

No hay de qué preocuparse, para darnos fuerzas, podremos engullir las famosas latas de espinacas, que nos harán invencibles durante un corto espacio de tiempo.

Popeye es, al igual que **Sky Skipper**, un juego con escenarios muy pixelados pero con unos *sprites* extremadamente cuidados, en los que radica gran parte del mérito de este juego y que le permitieron convertirse en uno de los grandes clásicos del arcade de Nintendo.

Popeye

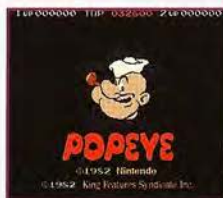
Lanzamiento: Diciembre de 1982

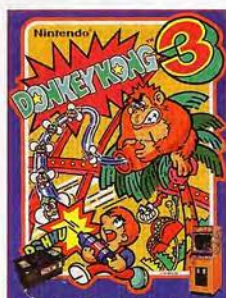
Género: Plataformas

Desarrollo: Nintendo

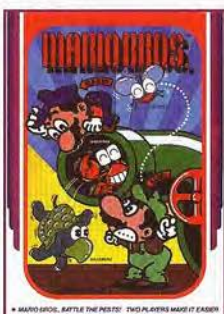
EE.UU.: Sí

Europa: Sí





Donkey Kong 3 (1983)



Mario Bros (1983)

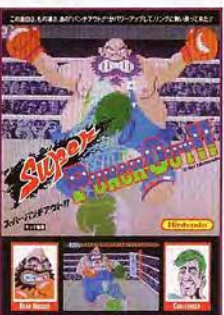
Please, insert coins...

Donkey Kong 3, Mario Bros, Punch-Out!! Otros títulos legendarios que habrían merecido páginas enteras para ellos solos en esta obra si no hubiésemos superado ya el límite cronológico de este volumen (1980). Sin embargo, si queremos ser exhaustivos, no podemos ignorar la continuación de la historia de Nintendo en el mundo de las máquinas recreativas. En julio de 1983, sale al mercado japonés la consola Famicom. El éxito de algunos de sus títulos da ideas a Yamauchi: adaptarlos en máquinas recreativas.

Así nacen, en 1984, las máquinas **VS. System**. Se sacan dos modelos (verticales y de tipo mesa) que permiten disfrutar en dúo de los juegos más populares de Nintendo. Distribuidas casi al mismo tiempo en Estados Unidos, también constituyen una excelente prueba de mercado antes de la comercialización de la futura **NES**.



Punch-Out!! (1984)

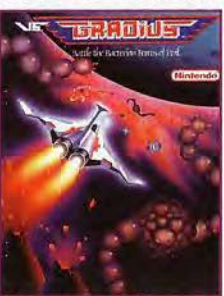


Super Punch-Out!! (1984)

Entre los títulos adaptados para la VS. System encontramos los siguientes grandes éxitos (algunos editados por terceros): **Balloon Fight, Clu Clu Land, Dr. Mario, Duck Hunt, Excitebike, Gadius, Gumshoe, Hogan's Alley, Ice Climber, Mach Rider, Mahjong, Pinball, Soccer, Stroke & Match Golf, Super Mario Bros, Tennis o Wrecking Crew**. La colección de VS. finalmente se abandonará en 1986, tras el triunfo de la adaptación de **Super Mario Bros** (que de hecho durante un tiempo se llamará **VS. Mario's Adventure**).



Arm Wrestling (1985)



VS Gadius (1986)

A partir de 1984 también podemos encontrar en numerosas salas auténticas gramolas para juegos de Nintendo: las **Play-Choice 10**. Como su nombre indica, cada máquina puede contener hasta diez juegos intercambiables (entre unos cincuenta disponibles), en su mayoría idénticos a las versiones para consola. Cuando se introduce una moneda, en realidad no se compran «créditos», como en los salones recreativos tradicionales, sino más bien un tiempo de juego (en general 300 segundos por 100 yenes). En la parte superior de la máquina suele haber una pantalla a color más pequeña que permite seleccionar el juego de una lista y proporciona



VS. Wrecking Crew (1984)



D.K. Jungle Fever (2004)



detalles sobre cada juego, como por ejemplo los principales datos de control. El éxito de estas máquinas aún está por demostrar, ya que a mediados de los ochenta los juegos de arcade propuestos por las numerosas editoras

existentes solían ser mucho más impresionantes y avanzados técnicamente que los *software* de la 8 bits de Nintendo.

Por eso, muy pocos jugadores se interesan realmente por esos títulos que ya podían comprar para sus consolas. Aun así, la Play-Choice 10 era una muy buena idea como escaparate para el usuario que deseara probar un juego de la NES/Famicom antes de comprarlo en las tiendas. Siguiendo el mismo razonamiento, a principios de los noventa aparecieron varias máquinas llamadas **Nintendo Super System** que también ofrecían algunos títulos directamente importados de la ludoteca **Super Nintendo**. En ellas, los juegos se controlan con verdaderos mandos de consola, mucho más adaptados que los joysticks.

Esos aparatos de demostración sin embargo prueban que Nintendo ya no está realmente activa en el sector de las máquinas recreativas. Aparte de algunos intentos en calidad de distribuidora en varios países, como **R-Type** (Irem, 1987), habrá que esperar hasta 1994 para ver nuevos títulos especialmente dedicados a las salas de juego: **Cruis'n USA**, **Cruis'n World** (1996), **Killer Instinct** (1994), **Killer Instinct 2** (1995), distribuidos por Midway y realizados en colaboración con el estudio Rare.

Por último, el inicio del siglo XXI se verá marcado por la llegada de **F-Zero AX** (2003, del estudio **Triforce**, formado por ingenieros de Nintendo, SEGA y Namco) y, desarrollados por Namco, **Mario Kart GP** (2005) y **Mario Kart GP 2** (2006). Aun así, incluso si la actividad de la compañía de Kioto en el sector es mucho menor que antes, sigue estando presente, ya que no es raro que la empresa ceda los derechos de explotación de su universo para distintas máquinas de monedas, máquinas de premios, máquinas de peluches e incluso flippers.



VS. SYSTEM

Capítulo 8

Las primeras consolas

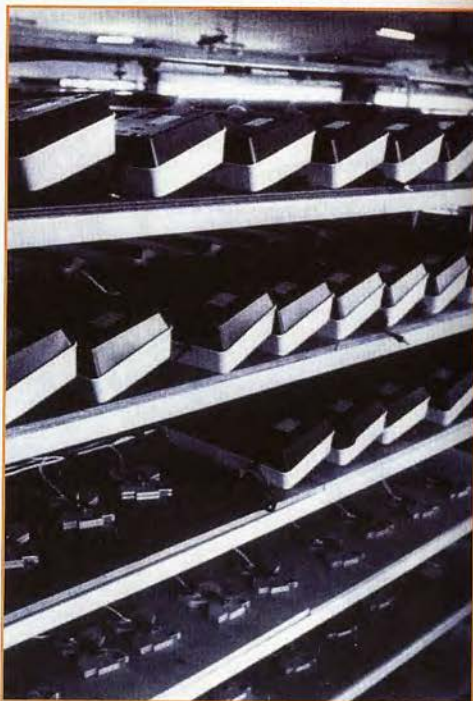
- Color TV Game 6 - Color TV Game 15 - Block Kuzushi
- Racing 112 - Computer TV Game -

La primera «consola» de fabricación japonesa no llegará hasta 1975, fecha en la que la empresa **Epoch** saca al mercado nipón **TV Tennis** (una adaptación de **Pong**, con una licencia de **Magnavox**). A la vanguardia de la tecnología del videojuego (¡no utiliza cables!), su comercialización disfruta de una amplia cobertura mediática. Sin embargo, su precio, demasiado alto para la época (unos 19.500 yenes), será un impedimento para que el producto encuentre su público.

Tras su dolorosa experiencia por el fracaso de sus pistolas de luz Custom Series, Nintendo ha entendido perfectamente que, sea cual sea la tecnología utilizada, el precio es el factor que determina el éxito de un juguete...







Génesis

A finales de 1976, Japón vive una auténtica guerra industrial en el campo de las calculadoras de bolsillo. La sociedad **Mitsubishi**, que no ha logrado seguir el ritmo impuesto por **Casio** y **Sharp**, busca otros campos de la electrónica en los que poder imponerse. Se decide por las consolas de juegos, que están causando sensación en Estados Unidos. En un primer momento, la sociedad colabora con la empresa **Systeck**, encargada de elaborar un proyecto comercial y lúdico. Por desgracia, unos meses antes de comercializar el aparato, **Systeck** se declara en quiebra y pone fin al proyecto de forma prematura.

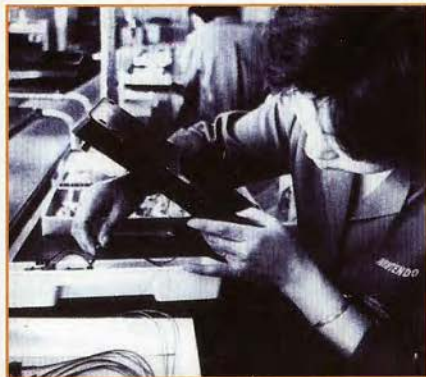
Ante ese contratiempo, los directivos de **Mitsubishi** preguntan a **Nintendo**, situada a unos kilómetros de sus oficinas, si le interesa retomar el proyecto. **Yamauchi** acepta y confía la misión a **Uemura**, que después confesará:

«No teníamos absolutamente ninguna experiencia en la fabricación de máquinas de ese tipo, pero Mitsubishi se ocupaba de esa parte. Sin embargo, ellos no tenían ni idea de cómo desarrollar, vender y distribuir un juguete, algo que Nintendo sí sabía hacer.»

Como ya existe una gran competencia, **Yamauchi** desea sorprender al mercado con una auténtica bomba: **«¿Todos los demás venden sus consolas a más de 20.000 yenes? ¡Entonces nosotros tenemos que pasar por debajo de los 10.000!»**

El resultado de su atrevimiento llega en junio de 1977 con el lanzamiento de dos consolas, **Color TV Game 6** y **Color TV Game 15**. En los meses siguientes, **Nintendo** saca otros tres sistemas de videojuegos para los hogares nipones: **Racing 112** (1978), **Block Kuzushi** (1979) y **Computer TV Game** (1980).

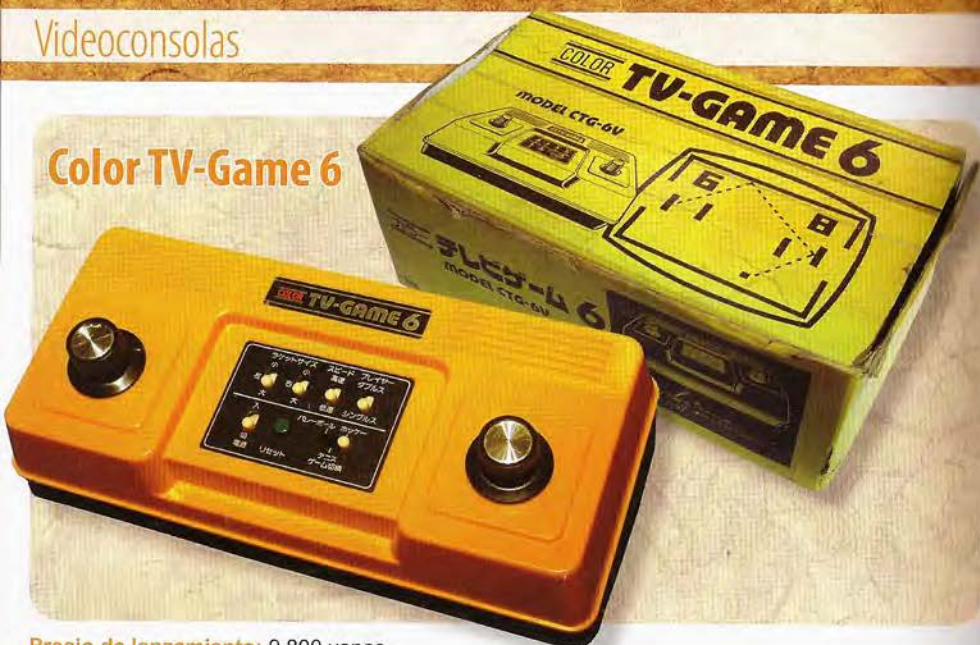




Cadena de montaje en Kioto

Estas fotos, publicadas en julio de 1977 por la revista de electrónica *Denshi Gijutsu*, muestran las cadenas de montaje de las fábricas de Nintendo. Como puede observarse, los técnicos utilizan los monitores de las máquinas EVR para ajustar las frecuencias.

Color TV-Game 6



Precio de lanzamiento: 9.800 yenes

Fecha de salida: Junio 1977

Dimensiones: 29 cm x 14 cm x 8 cm

La **Color TV Game 6** es la primera «consola» de salón fabricada por Nintendo. En la época, la compañía de Kioto carece de ingenieros competentes en el campo de la electrónica relacionada con el universo de la televisión. Por eso, el prototipo se elabora en colaboración con **Mitsubishi Electronic** y un ingeniero de la sociedad **Ricoh**.

Como indica el nombre de la máquina, el circuito impreso de la consola lleva integrados seis títulos, aunque en realidad se trata de tres variantes en color del célebre juego **Pong** (voleibol, tenis y hockey en modo 1 o 2 jugadores). De hecho, previamente, se ha comprado la licencia del concepto a la empresa estadounidense **Magnavox**.

Los productos de la competencia son, en su mayoría, en blanco y negro, y suelen costar más de 20.000 yenes, pero Nintendo llega con fuerza al mercado ofreciendo este modelo en color por 9.800 yenes. Una consola se considera un éxito de ventas a partir de 10.000 unidades vendidas, y la **CTVG6** logra atraer a 360.000 compradores en todo Japón. El videojuego se convierte en un artículo realmente asequible para la mayor parte de los bolsillos.

Posteriormente nos enteraremos de que esta máquina, barata y lanzada al mismo tiempo que la **CTVG15**, en realidad sólo se ha fabricado para promocionar la versión 15. Así es, para ser rentable, Nintendo debe vender su consola a un precio de unos 12.000 yenes pero Yamauchi, totalmente decidido a ofrecer un producto a menos de 10.000 yenes, encuentra una solución: crear dos versiones casi idénticas y prácticamente regalar la primera, que incluye menos opciones, para destacar las prestaciones de la segunda, más cara y más rentable.

Al analizar las consolas observamos que, efectivamente, la **CTVG6** se fabricó de forma voluntaria con algunos defectos reveladores (menos juegos, botones de control incómodos, ausencia de botón para realizar un saque durante el juego, ausencia de cable de alimentación, con únicamente 9 horas de autonomía mediante seis grandes pilas LR20, etc.). Sin embargo, más allá de estas consideraciones puramente estratégicas, la **CTVG6** será siempre una pieza de colección insólita, adorada por los *hard-core gamers* nipones, que la consideran la hermana mayor de toda una familia de consolas Nintendo.

Unos meses después, se comercializará una nueva versión económica (la **CTG-6V**, vendida a 5.000 yenes) que incluirá un adaptador para conectarla a la red eléctrica (todas las consolas **Color TV Game** son compatibles con el mismo adaptador AC).

カラーテレビゲーム 6

MODEL CTG-6V



¥9,800

ACアダプター別売 ¥1,500

● 6種類のゲームが楽しめます

- | | |
|---------------|----------------|
| 1 テニス (シングルス) | 4 バレー (ダブルス) |
| 2 テニス (ダブルス) | 5 ホッケー (シングルス) |
| 3 バレー (シングルス) | 6 ホッケー (ダブルス) |

2. ゲームの種類



① バレー
ボールはサイドラインで反動させて威力を、相手コートに打ち込み、ボールコートの外に出ると負け (試合ダブルスです)



② テニス
ボールはサイドラインで反動させると負けられます。センターは (試合ダブルスです)



③ ホッケー
右にゴールを持つコートに入ります。敵陣がゴールに入ると負け (試合ダブルスです)



Las distintas versiones



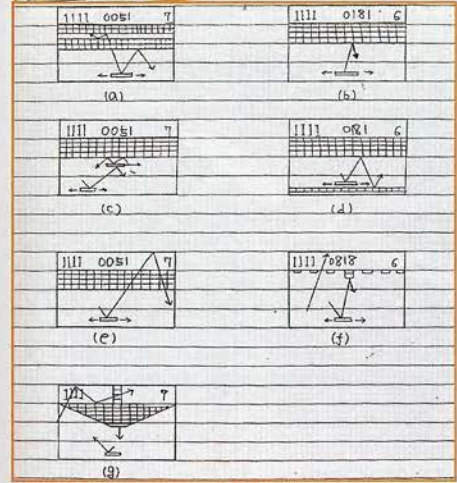
Existen varios modelos de Color TV Game 6. El modelo blanco (CTG-6S) de la foto es la primera versión de Nintendo, seguida unas semanas después por la célebre carcasa naranja (CTG-6V).



En la época, algunas empresas, como por ejemplo Sharp, comprarán los derechos de la máquina para venderla junto a su gama de televisores.



Otras empresas más excepcionales también adquieren máquinas para regalarlas como premios en sus concursos. Aquí, un raro ejemplar de Color TV Game 6 con la marca House Shanmen, famoso fabricante de fideos instantáneos.



Croquis originales, utilizados durante la fase creativa del proyecto de la serie Color TV Game.

Color TV Game 15



Precio de lanzamiento: 15.000 yenes
Fecha de salida: Junio 1977
Dimensiones: 32 cm x 15 cm x 10 cm

La **CTVG15** es una versión con más juegos y un acabado más logrado que la **CTVG6** puesta a la venta exactamente en el mismo momento, en junio de 1977. Con un total de más de 700.000 unidades vendidas, lo que duplica el volumen de ventas de su hermanita pequeña, la **CTVG6**, Nintendo deja fuera de combate a toda la competencia y convierte a su pequeña máquina naranja en la consola más vendida en Japón entre la enorme cantidad de aparatos con juegos basados en el concepto de Pong.

La estrategia de utilizar una máquina para destacar las mejores prestaciones de la otra (pág. 216) da sus frutos. En esta versión 15, Nintendo ofrece a los jugadores numerosas opciones, además de algunas mejoras. Por ejemplo, aunque la consola siga teniendo un espacio para las pilas (6 pilas



LR20), la máquina también puede conectarse a un enchufe, es decir, ofrece largas horas ininterrumpidas de juego (el adaptador es opcional y se vende a 1.500 yenes). Los botones de control, por su parte, pueden extraerse de la consola y quedan unidos a ella por un cable, lo que permite una mayor libertad y un manejo más cómodo.

Por último, en el interior de la máquina, quince juegos esperan a los usuarios (entre ellos, los seis presentes en la versión inferior). La gran mayoría de los títulos retoma,

una vez más, el principio de Pong, pero hay uno que es inédito: un juego de disparos donde los jugadores deben disparar desde su «raqueta» a objetivos que desfilan al otro lado de la pantalla. En cualquier caso, aunque el número 15 impresionante, la cifra 8 se acerca más a la realidad (tenis, hockey, voleibol, ping-pong, etc.), ya que el modo para dos jugadores en realidad duplica el número de verdaderas variantes originales...

Como se trata de una máquina de 1977, la calidad gráfica y el contenido lúdico podrán parecerles algo primitivos a los más jóvenes. Sin embargo, si lo situamos en el contexto histórico de Japón, donde todos los juegos se parecen, son en blanco y negro y valen auténticas fortunas, este producto de Nintendo destaca por su carisma, su calidad y, sobre todo, su precio. En 1977, con sus dos máquinas, Nintendo se hace con el 70% del mercado de los videojuegos domésticos japoneses, y el 30% restante se reparte entre otros 20 fabricantes...

Poco después saldrá a la venta una segunda versión, la CTG-15V, con dos colores (rojo o naranja). El precio, que se redujo en las Navidades de 1978, alcanzará los 7.500 yenes al final de su vida.

15種類ものすばらしいゲームが楽しめます

テレビゲーム15
15,000円

テレビゲーム6
9,800円

任天堂



□ Publicidad del Color TV Game

テレビゲーム15
¥15,000

テレビゲーム6
¥9,800

テレビゲーム15
¥15,000

任天堂

カラ テレビゲーム15

MODEL CTG-15V

¥15,000

ACアダプター別売 ¥1,500

●15種類のゲームが楽しめます

1 テニス A シングルス	9 バレー A シングルス
2 テニス A ダブルス	10 バレー A ダブルス
3 テニス B シングルス	11 バレー B シングルス
4 テニス B ダブルス	12 バレー B ダブルス
5 ホッケー A シングルス	13 ピンポン シングルス
6 ホッケー A ダブルス	14 ピンポン ダブルス
7 ホッケー B シングルス	15 射撃ゲーム
8 ホッケー B ダブルス	

Color TV Game Racing 112



Precio de lanzamiento: 12.500 yenes

Fecha de salida: Junio 1978

Dimensiones: 47 cm x 17 cm x 26 cm

Esta máquina es sin lugar a dudas la menos popular de la serie CTVG aunque, pese a ello, ¡Nintendo logrará vender 160.000 unidades! En un primer momento anunciada en varias campañas publicitarias a 18.000 yenes, finalmente, en el momento de su lanzamiento, se venderá a 12.500 yenes.

Al igual que con todas las consolas de la época, el número 112 por desgracia debe cogerse con pinzas. Puede parecer una barbaridad pero, sobre todo, ¡es extremadamente engañoso! En realidad, la consola ofrece sólo unos diez juegos. Las demás variantes simplemente son versiones idénticas pero con un nivel de dificultad más o menos elevado, una carretera más o menos ancha, colores distintos, etc. En definitiva, tanto si tenemos que adelantar a un número preestablecido de coches en un tiempo limitado como si el objetivo es recorrer la mayor distancia posible sin provocar accidentes o zigzaguear entre los vehículos, los juegos disponibles siguen siendo los mismos y muy pronto resultan repetitivos.

Pero esa exagerada cifra no es nada en comparación con el anuncio en televisión, que durante casi 40 segundos nos muestra a unos niños jugando a la Racing 112 en «3D» en una gigantesca pantalla. La realidad es mucho menos brillante, ya que la carretera se muestra desfilando mediante una

レジャーゲーム 112
MODEL CTG-CR112



¥5,000

定格

- 本体価格 12,500円 (ACアダプター別売) (CTGA-300000)
- 電源電圧 100V (50/60Hz) (100V・100Hz)
- 消費電力 10W (待機時) (消費電力) (消費電力) (消費電力)
- 付属品 アンテナケーブル (標準)

<p>● ショップスイッチ ● ショップ・スタート・リスタート ● リスタート・リスタート</p>	<p>● カードゲームとの接続 ● カードゲームとの接続 ● カードゲームとの接続</p>
<p>● 1人用ゲームコース ● 2人用ゲームコース</p>	<p>● 電源スイッチ ● 電源スイッチ ● 電源スイッチ</p>



simple vista desde arriba, ¡sin el más mínimo efecto de perspectiva!

Si no tenemos en cuenta estos detalles, debemos admitir que los juegos están bastante logrados. Para la época, la velocidad a la que desfila la carretera es muy impresionante, y el control del volante y los diferentes parámetros también están bien pensados. Es una pena que la máquina no pueda, por cuestiones técnicas, mostrar en la pantalla más de cuatro coches al mismo tiempo.

El punto fuerte de este modelo es ante todo la posibilidad de que dos jugadores se enfrenten simultáneamente. Los bolidos enemigos se encuentran en la misma pista y deben, sin chocarse y evitando a los demás vehículos, llegar lo más lejos posible. Por desgracia, cuando juegan dos jugadores, el volante no se puede utilizar, por lo que los jugadores tienen que usar los dos mandos, que también son independientes y se sitúan en la parte posterior de la máquina.

Como curiosidad, podemos señalar que la consola **Color TV Game Racing 112** es la más grande que Nintendo haya fabricado nunca.

¡Solo el diámetro del volante mide 18 cm! Aunque las ventas de la máquina son aceptables, la empresa decide bajar el precio de la consola a 5.000 yenes en 1979.

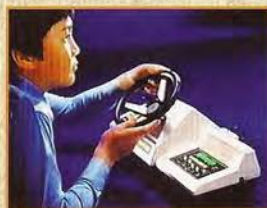
Esta caída del precio no impedirá que la **CTVG Racing 112** se convierta en una auténtica rareza. En la actualidad muy codiciada, ha llegado a venderse por varias decenas de miles de yenes en las subastas japonesas. Por otra parte, igual que otros muchos juegos o juguetes presentados en este libro, en las últimas consolas de Nintendo pueden probarse unos segundos de Racing 112, gracias a los episodios de la saga WarioWare (**Made in Wario** en Japón).

カラ テレビゲーム 15
MODEL CTG-15 ¥7,500

カラ テレビゲーム レーシング112
MODEL CTG-CR112 ¥5,000

任天堂株式会社

Publicidad del TV Racing 112



Color TV Game Block Kuzushi



Precio de lanzamiento: 13.500 yenes

Fecha de salida: Abril 1979

Dimensiones: 32 cm x 17 cm x 8 cm

Al igual que las demás CTVG, la **Block Kuzushi** todavía no ofrece la posibilidad de cambiar de cartucho, como en las consolas «modernas». Aun así, ofrece seis variantes en color de juegos de romper ladrillos a un precio inferior a la media del mercado. En Japón, este género cosechó un éxito rotundo en los salones recreativos entre 1977 y 1978, donde destacaron títulos como **Breakout** y **Super Breakout** de Atari.

Pese a la importante competencia impuesta por las magníficas **TV Block** y **TV Block MB** de Atari y **Epoch** (vendidas al mismo precio que la máquina de Nintendo), se venderán algo más de 400.000 unidades en todo el archipiélago, según un informe de **Toy Journal** de 1979. La originalidad de este producto con respecto a los otros es que ofrece distintas opciones, lo que introduce un elemento ligeramente innovador en el principio del juego.

Por ejemplo, se puede seleccionar el número de pelotas disponibles, modificar su velocidad o cambiar la dirección de los rebotes en la raqueta pulsando el botón de control de la máquina. La velocidad de la pelota y la sensibilidad del mando son excelentes. Además, gracias a la originalidad de algunas de las seis variantes, los juegos no resultan repetitivos.

6種類のブロック崩しが楽しめます！
5人用 デレヒゲーム

ブロック崩し

MODEL CTG-BK6
13,500円

※ACアダプター(CTGA-30)別途、デレヒゲーム6
専用レシター(CTG-30)に専用できます。

ゲーム内容

ゲーム1 ブロックアウト	ゲーム2 ブロックイジー	ゲーム3 ブロックセイブ
ゲーム4 ブロックスルー	ゲーム5 ブロックライター	ゲーム6 ブロックキラ

新しいジャンルを創造する
任天堂株式会社

Podemos citar, por ejemplo, el modo Block Lighter, donde el jugador primero debe eliminar los cuatro ladrillos parpadeantes y ganar puntos de bonificación en función de los demás cuadros restantes. O el modo Block Through, en el que la pelota atraviesa y elimina todos los ladrillos que encuentra a su paso, y donde el objetivo es limpiar la pantalla en un tiempo récord (un cronómetro cuenta los segundos).

Y, como una anécdota casi nunca viene sola, ¿sabíais que el diseño de la máquina fue realizado por **Shigeru Miyamoto**, el padre de los hermanos Mario? Él mismo confirmará este episodio de su carrera durante una conferencia impartida en 2007 en su antigua facultad de arte, en **Kanazawa**. Además, **Block Kuzushi** es la primera consola íntegramente realizada por los ingenieros de Nintendo (sin la ayuda de **Mitsubishi Electronic**).

Probablemente gracias a esta independencia, la empresa se tomó la libertad, por primera vez en su historia, de integrar un llamativo logotipo de Nintendo en la parte superior de una de sus consolas. En los demás modelos de la gama Color TV Game, sólo lo llevaban las cajas o las etiquetas situadas en la parte inferior de las máquinas.

Block Kuzushi se comercializará hasta 1981 y, el año anterior, una disminución del precio permite a los niños conseguirla por 8.300 yenes.



En algunos grandes almacenes japoneses, Nintendo organizó concursos de Block Kuzushi donde los niños obtenían un diploma que certificaba su nivel y un llavero con una

medalla como premio.

三ツ星ゲーム ブロック崩し

MODEL: CTS-804 ¥8,300

6種類のブロック崩しが楽しめます!

Nintendo

認定証

あなたは 任天堂カラーテレビゲームブロック崩し種目ブロックアウトにチャレンジしボール ケで2面崩しに成功しましたので 級と認めその栄誉をたたえ 級ライセンス賞を贈ります

昭和 年 月 日

主催 任天堂株式会社

Publicidad en TV de Block Kuzushi

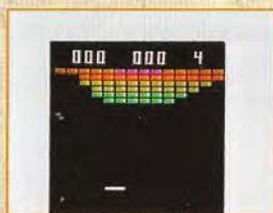
6種類のゲームが楽しめる

ブロック崩し

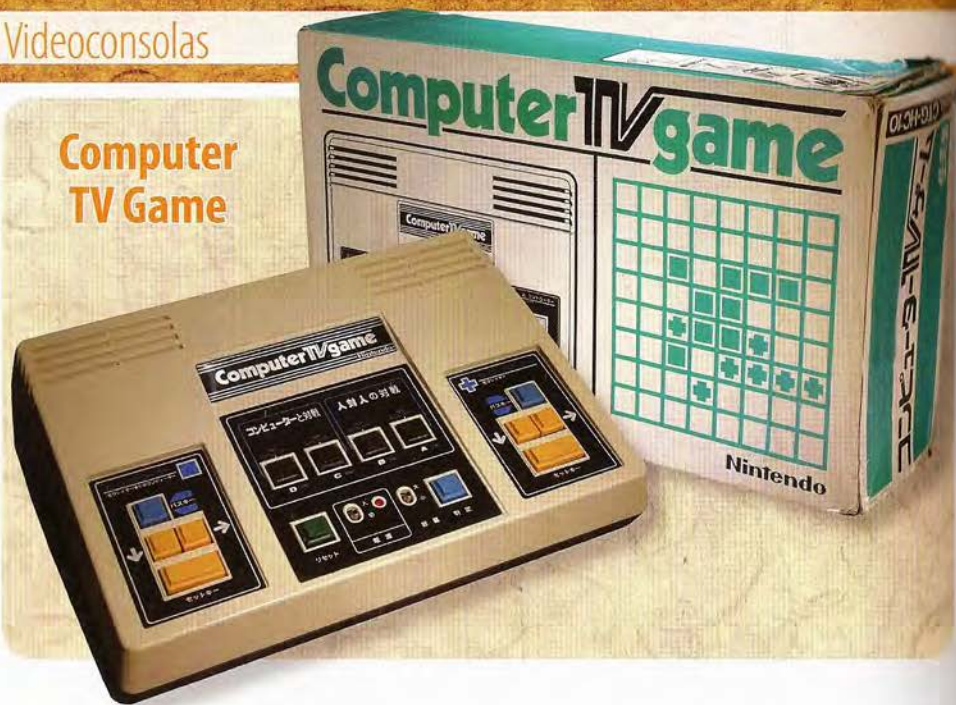
13,500円

専用ACアダプター 別途1,000円

税別



Computer TV Game



Precio de lanzamiento: 48.000 yenes

Fecha de salida: Principios de 1980

¿Qué podemos decir, aparte de que esta consola sigue rodeada de misterio? Como hemos señalado, el presidente Yamauchi prácticamente convierte en una cuestión de honor que sus máquinas sean asequibles para la mayoría de los hogares, pero la **Computer TV Game** se vende a 48.000 yenes, es decir, ¡a casi cinco veces el precio de una **Color TV Game 6!**

No podemos utilizar el argumento de que este producto destaca por sus proezas tecnológicas. La **Computer TV Game** simplemente es la adaptación doméstica de la máquina recreativa **Computer Othello**, lanzada dos años antes en arcade. Por lo tanto, ¡el juego ni siquiera muestra colores en la pantalla! En otras palabras, en 1980, esta máquina ya está anticuada desde el punto de vista tecnológico. ¡Y no olvidemos el gigantesco transformador, que pesa más de 2 kg!

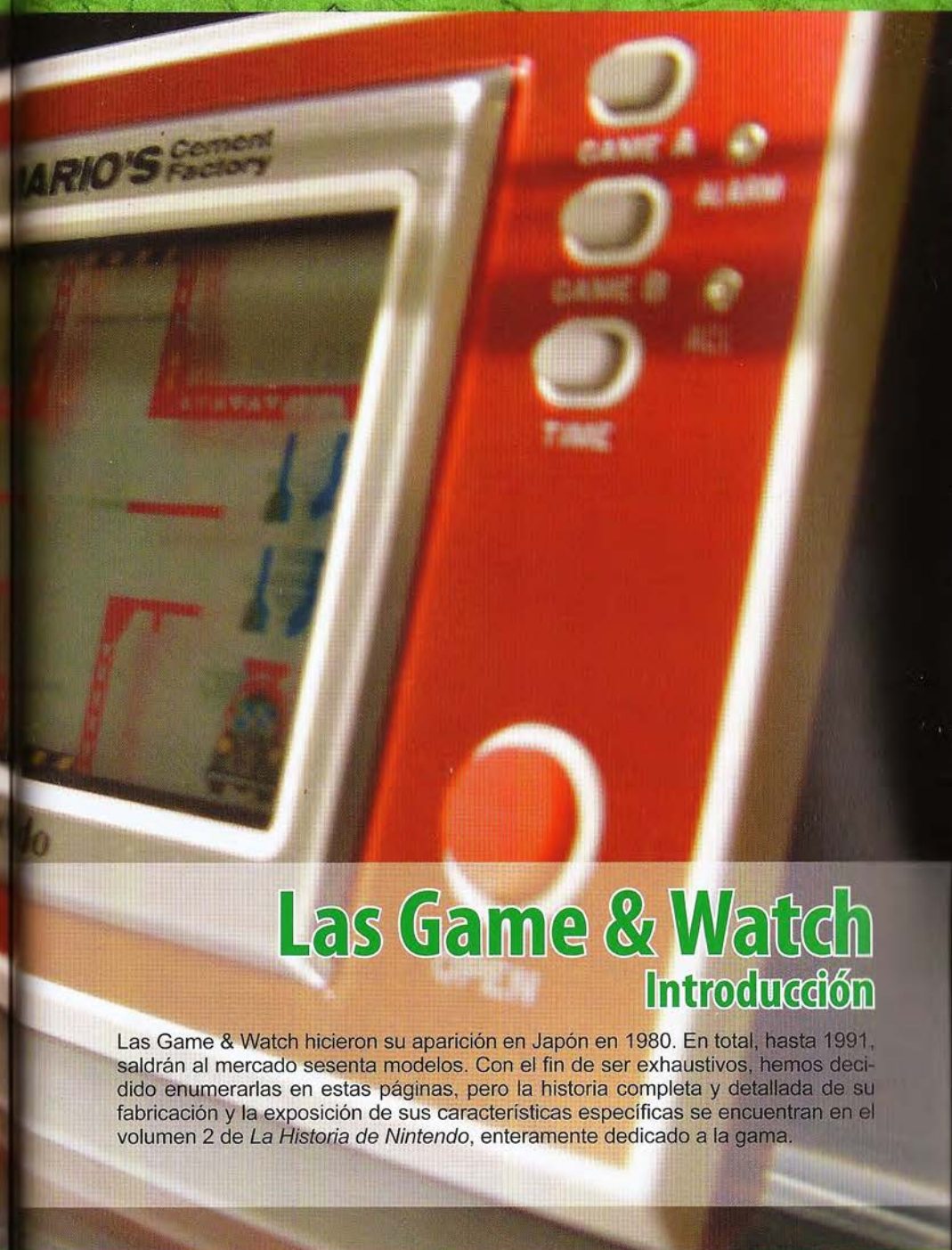
La consola es tan poco atractiva que únicamente se distribuye una ínfima cantidad de unidades. Aun así, algunos especialistas consideran que la **Computer TV Game** ante todo está orientada a una venta entre los profesionales del turismo, como por ejemplo en los balnearios japoneses, para que los clientes se relajen entre baño y baño. En realidad, Nintendo no trata de mejorar el producto ni de darle una difusión más amplia simplemente porque los ingenieros de la compañía ya están muy ocupados respondiendo a la locura generada por las **Game & Watch**, que se produce exactamente en la misma época.

Finalmente, la única auténtica ventaja de esta máquina con respecto a la versión arcade es que el jugador ya no tiene que sufrir la limitación del temporizador (que lo obligaba a añadir monedas para continuar la partida) y que ahora puede tomarse su tiempo para reflexionar sobre cada movimiento. Sólo será un triste consuelo, ya que el nivel de la inteligencia artificial es muy bajo y cualquier jugador medio necesitará muy poco tiempo para vencer al ordenador.

Pese a sus importantes defectos, la **Computer TV Game** hoy en día se ha convertido en una pieza de colección extremadamente valiosa. De hecho, los coleccionistas japoneses la consideran el producto electrónico de la marca Nintendo más difícil de conseguir y más caro.







Las Game & Watch Introducción

Las Game & Watch hicieron su aparición en Japón en 1980. En total, hasta 1991, saldrán al mercado sesenta modelos. Con el fin de ser exhaustivos, hemos decidido enumerarlas en estas páginas, pero la historia completa y detallada de su fabricación y la exposición de sus características específicas se encuentran en el volumen 2 de *La Historia de Nintendo*, enteramente dedicado a la gama.

Ball

Silver



28/04/1980
5.800 yenes

Flagman

Silver



05/06/1980
5.800 yenes

Vermin

Silver



10/07/1980
5.800 yenes

Fire

Silver



31/07/1980
5.800 yenes

Judge

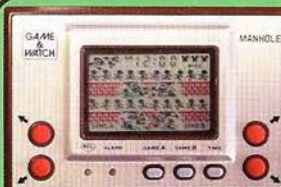
Silver



04/10/1980
5.800 yenes

Manhole

Gold



27/01/1981
5.800 yenes

Helmet

Gold



21/02/1981
5.800 yenes

Lion

Gold



27/04/1981
5.800 yenes

Parachute

Wide Screen



19/06/1981
6.000 yenes

Octopus

Wide Screen



16/07/1981
6.000 yenes

Popeye

Wide Screen



05/08/1981
6.000 yenes

Chef

Wide Screen



08/09/1981
6.000 yenes

Mickey Mouse

Wide Screen



09/10/1981
6.000 yenes

Egg

Wide Screen



09/10/1981
Inédita en
Japón

Fire

Wide Screen



04/12/1981
6.000 yenes

Turtle Bridge

Wide Screen



01/02/1982
6.000 yenes

Fire Attack

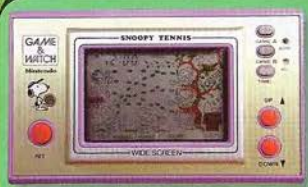
Wide Screen



26/03/1982
6.000 yenes

Snoopy Tennis

Wide Screen



28/04/1982
6.000 yenes

Oil Panic

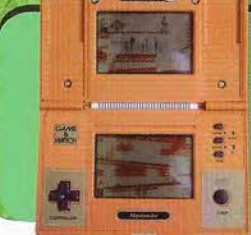
Multi Screen



28/05/1982
6.000 yenes

Donkey Kong

Multi Screen



03/06/1982
6.000 yenes



Mickey & Donald

Multi Screen

12/11/1982
6.000 yenes



Green House

Multi Screen

06/12/1982
6.000 yenes



Donkey Kong 2

Multi Screen

07/03/1983
6.000 yenes



Mario Bros

Multi Screen

14/03/1983
5.800 yenes

Rain Shower

Multi Screen

10/08/1983
Inédita en
Japón

Life Boat

Multi Screen

25/10/1983
Inédita en
Japón



Pinball

Multi Screen

05/12/1983
6.000 yenes



Black Jack

Multi Screen

15/02/1983
6.000 yenes



Squish

Multi Screen

Abril 1986
Inédita en
Japón



Bomb Sweeper

Multi Screen

Junio 1987
Inédita en
Japón



Safebuster

Multi Screen

Enero 1988
Inédita en
Japón



Gold Cliff

Multi Screen

Octubre 1988
Inédita en
Japón



Zelda

Multi Screen

Agosto 1989
Inédita en
Japón



Donkey Kong Jr

Table Top

28/04/1983
7.800 yenes



Mario's Cement Factory

Table Top

28/04/1983
7.800 yenes



Snoopy

Table Top

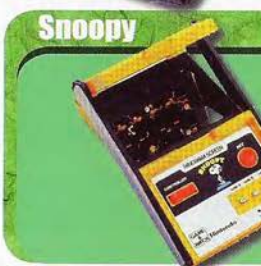
05/07/1983
7.800 yenes



Popeye

Table Top

Agosto 1983
Inédita en
Japón



Snoopy

Panorama Sc.

30/08/1983
6.000 yenes



Popeye

Panorama Sc.

30/08/1983
6.000 yenes



Donkey Kong Jr.

Panorama Sc.

07/10/1983
6.000 yenes

Mario's Bombs Away Panorama Sc.



10/11/1983
6.000 yenes

Mickey Mouse Panorama Sc.



Febrero 1984
Inédita en
Japón

Donkey Kong Circus Panorama Sc.



06/09/1984
Inédita en
Japón

Donkey Kong Jr. New Wide Sc.



26/10/1982
4.800 yenes

Mario's Cement Factory New Wide Sc.



16/06/1983
4.800 yenes

Manhole New Wide Sc.



24/08/1983
4.800 yenes

Tropical Fish New Wide Sc.



08/07/1985
Inédita en
Japón

Super Mario Bros New Wide Sc.



Marzo 1988
5.800 yenes

Climber New Wide Sc.



Marzo 1988
Inédita en
Japón

Balloon Fight New Wide Sc.



Marzo 1988
Inédita en
Japón

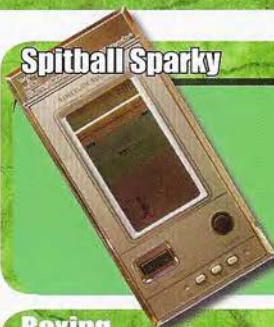
Mario The Juggler New Wide Sc.



Octubre 1991
Inédita en
Japón

Spitball Sparky

Super Color



07/02/1984
6.000 yenes

Crab Grab

Super Color



21/02/1984
6.000 yenes

Boxing

Micro VS



31/07/1984
6.000 yenes

Donkey Kong 3

Micro VS



20/08/1984
6.000 yenes

Donkey Kong Hockey

Micro VS



13/11/1984
6.000 yenes

Super Mario Bros

Crystal Sc.



25/06/1986
Inédita en Japón

Climber

Crystal Sc.



04/07/1986
Inédita en
Japón

Balloon Fight

Crystal Sc.



19/11/1986
Inédita en Japón

Super Mario Bros

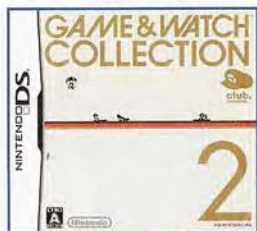
Especial



1987
Lote entregado
en un concurso

Los homenajes de Nintendo a su historia...

Nintendo celebró sus 120 años en 2009. Sin embargo, incluso en Japón, el aniversario sólo fue objeto de un corto artículo en el *Kyoto Journal!* Los amantes de la firma probablemente lamenten el claro desinterés de la dirección por su pasado. Aun así, en algunos equipos de desarrollo o entre los responsables del famoso **Club Nintendo**, se observa una mayor voluntad de aprovechar el patrimonio lúdico de la empresa. Sus miembros reciben con regularidad (Tenbillion, *remakes* de Game & Watch, etc.). Algunos programas recientes tampoco dudan en volver a sacar, actualizadas, las antiguas creaciones de la empresa. Por ejemplo, desde finales de 2009, se puede canjear una descarga **Wii Ware** (**Wii de Ultra Hand**) por 50 puntos del Club Nintendo en Japón.



Homenajes a la Ultra Hand. A la derecha, un golpe especial de Wario en Mario Power Tennis.

□ Los archivos de Nintendo: WarioWare

Con versiones en numerosos soportes (Game Boy Advance, Nintendo DS, Wii, etc.), la serie de los **WarioWare** sigue siendo el único homenaje evidente de Nintendo a su historia. Esta compilación, que reúne varios centenares de minijuegos, contiene una sección dedicada a la empresa de Kioto en la que se pueden probar, virtualmente, hasta quince juegos o juguetes (desde la Ultra Hand hasta las Game & Watch, pasando por la Racing 112...).



WarioWare

ÍNDICE POR CATEGORÍAS

El índice incluido a continuación únicamente tiene en cuenta los juegos, cartas y juguetes presentados en esta obra. En el caso de algunas series (Mini Game Series, Paper Model, N&B Block), existen modelos que no figuran en este libro por razones de espacio. Por lo tanto, las siguientes páginas no pueden considerarse el inventario completo y definitivo de la producción de Nintendo.

JUEGOS Y JUGUETES

Balance Game	95
Ball Game	110
Base Ball Pachinko	113
Bikkuri Game	98
Captain Ultra Coaster	86
Car Race	110
Catcher boat	113
Challenge Dice	91, 113
Colorful Ball	110
Cross Over	91
Diving Shot	110
Dynamic Soccer	96
Gear Challenge	110
Gear Drive	111
Go Narabé	111
Gun Game	109
Hachi no Su Game	97
Hashi Watashi Game	111
Hip Flip	94
Hockey Game	96
Home Bowling	97
Home Race	98
Hopping Game	97, 110
Hurdle Race	111
Indianapolis	99
Kaijū Copy	99
Keiba Game	111
Kôya no Gunman Game	98

Marble	90
Marble Shot	113
Mini Game Series	108
Mister Magician Coin & Stick	92
New Picture Cutter	95
New Coaster Game	86
Nintendo No Yakyū Ban	97
N&B Block	35, 100
N&B Block Crator	103
Paper Model	106
People House	88
Picture Cutter	95
Picture Puzzle	111
Pretty Puzzle	90
Punch Buoy	95
Punch Race	98
Puzzle 54 siluetas	90
Puzzle Dice	91
Rabbit Coaster Game	86
Shot Racer	87
Smart Ball	112
Table Roulette	112
Table Soccer	96
Tamatori Game	112
Tamatsuki Game	112
Tenbillion	93
Time Shock	99, 113
Ultra Coaster Game	86
Ultra Hand	33, 84
Volley Ball Game	113

JUEGOS DE MESA

Aiueo Game	132
Akakagé Game	132
Auction Game	127
Casino Game	127
Challenge Ball	132
Challenge Game	127
Damas y Ajedrez	117
Chinken Hakkuru Game	113
Juegos clásicos	116
Custom 11	126
Custom 7	126



Daiya Game	119	Roulette	112,118
Destiny Game	121	Round Game Series	124
Diamond Game	119	Sasuke Game	133
Disney 101 piki no Daikôshin	132,137	Scoop Action Game	128
Disney Board Game Deluxe	135	Sekai Kankô Ryokô Game	130
Disney Charm Game	135	Shôgi	117
Disney Daiya Game	119	Shopping Game	132
Disney Family Game	135	Socrates	117
Disney Game Ô sama no Tsurugi	137	Sono Game	122
Disney Happy Prince	136	Star Tanjô Game	126
Disney Kateiban	136	Stop! Nii Chan Game	133
Disney Kateiban Deluxe	136	Table Roulette Deluxe	118
Disney Mickey Mouse No Bôken	138	The Sword in the Stone	137
Disney No Subarashii Iro no Sekai	138	The World of Popular Games	117
Disney Peter Pan Game	137	Thriller Game	125
Disney Rocket Game	137	Time Race Game	124
Disney Wanwan Game	138	Twister	33,120
Disney Yakyûban	135	Uchuu Ace Game	131
Disneyland Game	139	Ultra Man Game	131
Disneyland Otogi No Kuni Game	138	Ultra Q Game	131
Dôbutsu Game	132	Ultra Seven Game	130
Domino	117	Unmei Game	121
Dominoes	116	Unmei Game Deluxe	121
Donald Duck no Uchû Ryokô Game	137	Walt Disney Fantasy Land Game	137
Drive Game	128,132	Yakuman	116
Extra 4	127	Yakuman mat	116
Genkin Yusô Game	124	Yakyû Game	126
Handy Pack	132	Xiangji	117
Heiké Monogatari Game	129		
Go	117		
Jungle Game	134		
Kamen No Ninja	132		
Kogarashi Monjirô Game	128		
Kunitori Gassen Game	129		
Las Vegas Game	134		
Mafia Game	129		
Magic Roulette	118		
Manga Nippon Mukashi Banashi	126		
My House Game	124		
Napoleôn	112,136		
Naruhéso Kun Game	130		
Nihon Rettô Kaihatsu Game	129		
Osomatsu Kun Game	133		
Panda to asobô kateiban	130		
Rocket Game	125		

HANAFUDA/KARUTA

Aikoku Karuta	60
Bugs Bunny Trump	70
Calendrier Nintendo	81
Cartes Disney	74
Cartes occidentales	18,62
Charmant Trump	69
Daiji	54
Daitôryô	15,51
Dôbutsu Karuta	56
Echigo Hana	55
Edo Iroha Karuta	56
Ehon Trump Series	66
Hanafuda	14,50
Heian Hyakunin Isshu	58,61



Hello Kitty Trumps	67
Hyakunin Isshu	14,58
Ikkyū San Karuta	57
Iroha Karuta	14,56
Isoppu dôwa Karuta	57
Kabufuda	52
Katamé no Jack	68
Kintengu	53
Kô Kojima Series Trump	70
Kôsai no Tomo	51
Mahô no Trump	69
Maiôgi	59
Manga Nippon Mukashi Banashi	57
Mario Trump	73
Marufuku	54
Miracle Box	68
Miracle Trump	69
Miyako no Hana	54
Mubéyama Karuta	61
N.A.P Series	73
Napoléon Playing Cards	67
Naruhéso Kun Trump	66,70
Nazo Nazo Karuta	57
Karuta	56
Nintendo Koppai	26
Norimono Karuta	57
Ogura Hyakunin Isshu	58
Oriental Trumps	67
Playing Guide	65
Popeye Trumps	70
Rising Trump	68
Shiguréden	61
Shôgaku Karuta	57
Snoopy Trump	73
Stop!! Nii Chan Trump	70
Takasago	61
Tengu	18,53
Trumps	62
Uchû Ace Trump	66
Ultraman Trumps	66
Uranai Trump	68
Uta Garuta	26,58
Ultra Seven Trump	66
Young Men Trump	65

JUGUETES ELECTRÓNICOS

Automatic Surveillance Scope	155
Chiritori	153
Computer Mah-jong Yakuman	151
Custom Gunman	161
Custom Lion	161
Custom Target	161
Drive Game	146
Duck Hunt	164
Ele-Conga	34,154
Ele-Conga Auto Player	154
Electro Bird	159
Electro Poker	159
Electro Safari	159
Game & Watch	228
Jumping Bottle	158
Kosen Denwa LT	165
Kosenju Custom Series	35,157
Kosenju Duck Hunt	164
Kosenju SP	35,157
Lefty RX	35,166
Light Telephone	165
Love Tester	34,144
Mach Rider	156
My Car Race	152
Pistolas de luz Custom	35,157
Pistolas de luz SP	35,157
Power Lift	154
Roulette Target	159
Space Ball	150
Slugger Mate	149
Ultra Machine	33,147
Ultra Machine DX	147
Ultra Scope	155

OTROS OBJETOS

Candy Machine	172
Copilas	37,176
Copilas Dry	37,176
Copilas ST	178
Daiya Taxi	31
Disney Fricker	31,169



Mamaberica	37,170
Marking Pen Non Dry	175
Photo Copilas	178
Popeye Ramen	31,170
Despertadores	173
San.o Instant Rice	31,169
Twins	37,171
Unilac	174

ARCADE/VIDEOJUEGOS

Battle Shark	192
Block Fever	197
Bomb bee-N	201
Color Space Fever	198
Color TV Game 15	218
Color TV Game 6	216
Color TV Game Block Kuzushi	222
Color TV Game Racing 112	220
Computer Othello	189,196
Computer TV Game	224
Cuty Q	201
Dead Line	188,195
Donkey Kong	206
Donkey Kong 3	210
Donkey Kong Jr.	208
EVR Base Ball	187,194
EVR Car Race	187,194
EVR Derby	187,193
EVR Race System	186,193
EVR Race -5	187,193
Fascination	186
Fancy Ball	188,195
Gradius	210
Gun Fight	186
Head-on-N	201
Heli Fire	204
Laser Clay Shooting System	183
Mario Bros	210
Mini Laser Clay	184
Monkey Magic	190,199
New Shooting Trainer	191
Nintendo Leisure System	183
Play-Choice 10	211
Popeye	209

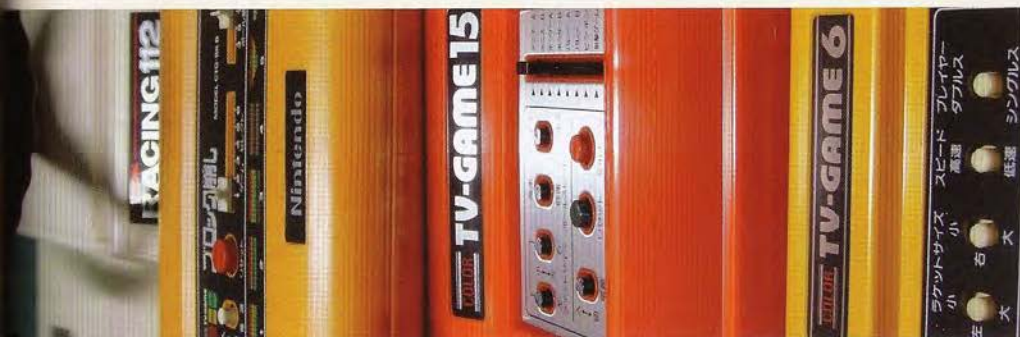
Punch-Out!!	210
Radar Scope	190,205
R-Type	210
SF-Hisplitter	198
Sheriff	190,200
Shooting Trainer	191
Simulation System	185
Sky Skipper	207
Skyhawk	192
Smashmatic	188,195
Space Demon	203
Space Fever	198
Space Firebird	203
Space Launcher	190,202
Test Driver	192
VS.System	211
Wild Gunman	186,191

ÍNDICE ALFABÉTICO

Aikoku Karuta	60
Aiueo Game	132
AkakagE Game	132
Auction Game	127
Automatic Surveillance Scope	155
Balance Game	95
Ball Game	110
Base Ball pachinko	113
Battle Shark	192
Bikkuri Game	98
Block Fever	197
Bomb bee-N	201
Bugs Bunny Trump	70
Calendrier Nintendo	81
Candy Machine	172
Captain Ultra Coaster	86
Car Race	110
Cartes Disney	74
Cartes occidentales	18,62
Casino Game	127
Catcher Boat	113
Challenge Ball	116
Challenge Dice	91,113
Challenge Game	127
Charmant Trump	69



Chinken Hakkuru Game	113	Disney 7 nin no Kobito Game	136
Chiritori	153	Disney Wanwan Game	138
Colorful Ball	110	Disney Yakyūban	135
Color Space Fever	198	Disneyland Game	139
Color TV Game 15	218	Disneyland Otogi no Kuni Game	138
Color TV Game 6	216	Diving Shot	110
Color TV Game Block Kuzushi	222	Dobutsu Game	132
Color TV Game Racing 112	220	Dobutsu Karuta	56
Computer Mah-jong Yakuman	151	Domino	117
Computer Othello	189,196	Dominoes	116
Computer TV Game	224	Donald Duck no Uchū Ryokō Game	137
Copilas	37,176	Donkey Kong	206
Copilas Dry	37,176	Donkey Kong 3	210
Copilas ST	178	Donkey Kong Jr.	208
Cross Over	91	Drive Game	128,132
Custom 11	126	Drive Game (électro)	146
Custom 7	126	Duck Hunt	164
Custom Gunman	161	Dynamic Soccer	96
Custom Lion	161	Echigo Hana	55
Custom Target	161	Edo Iroha Karuta	56
Cuty Q	117	Ehon Trump Series	66
Damas y Ajedrez	201	Elé-Conga	34,154
Daiji	54	Elé-Conga Auto Player	154
Daitoryo	15,51	Electro Bird	159
Daiya Game	119	Electro Poker	159
Daiya Taxi	31	Electro Safari	159
Dead Line	188,195	EVR Base Ball	187,194
Despertadores	173	EVR Car Race	187,194
Destiny Game	121	EVR Derby	187,193
Diamond Game	119	EVR Race -5	187,193
Disney 101 Piki no Daikōshin	132,137	EVR Race System	186,193
Disney Board Game Deluxe	135	Extra 4	127
Disney Charm Game	135	Fancy Ball	188,195
Disney Daiya Game	119	Fascination	186
Disney Family Game	135	Game & Watch	228
Disney Fricker	31,169	Gear Challenge	110
Disney Game Ō sama no Tsurugi	137	Gear Drive	111
Disney Happy Prince	136	Genkin Yusō Game	124
Disney Kateiban	136	Go	117
Disney Kateiban Deluxe	136	Go Narabé	111
Disney Mickey Mouse No Bōken	138	Gradius	210
Disney No Subarashii Iro no Sekai	138	Gun Fight	186
Disney Peter Pan Game	137	Gun Game	109
Disney Rocket Game	137	Hachi No Su Game	97



Hanafuda	14,50	Magic Roulette	118
Handy Pack	132	Maho no Trump	69
Hashi Watashi Game	111	Maiogi	59
Head-on-N	201	Mamaberica	37,170
Heian Hyakunin Isshu	58,61	Manga Nippon Mukashi B. Game	126
Heiké Monogatari Game	129	Manga Nippon Mukashi B. Karuta	57
HeliFire	204	Marble	90
Hello Kitty Trumps	67	Marble Shot	113
Hip Flip	94	Mario Bros	210
Hockey Game	96	Mario Trump	73
Home Bowling	97	Marking Pen Non Dry	175
Home Race	98	Marufuku	54
Hopping Game	97,110	Mini Game Series	108
Hurdle Race	111	Mini Laser Clay	184
Hyakunin Isshu	14,58	Miracle Box	68
Ikkyū San Karuta	87	Miracle Trump	69
Indianapolis	99	Mister Magician Coin & Stick	92
Iroha Karuta	14,56	Miyako no Hana	54
Isoppu Dowa Karuta	57	Monkey Magic	190,199
Juegos clásicos	116	Mubéyama Karuta	61
Jumping Bottle	158	My Car Race	152
Jungle Game	134	My House Game	124
Kabufuda	52	N&B Block	35,100
Kaijū Copy	99	N&B Block Crator	103
Kamen no Ninja	132	N.A.P Series	73
Katamé no Jack	68	Napoléon	112,136
Keiba Game	111	Napoléon Playing Cards	67
Kintengu	53	Naruheso Kun Game	66,70
Kō Kojima Series Trump	70	Naruheso Kun Trump	49
Kogarashi Monjirō Game	128	Nazo Nazo Karuta	57
Kōsai no Tomo	51	New Coaster Game	86
Kōsen Denwa LT	165	New Picture Cutter	95
Kōsenjū Custom Series	35,157	New Shooting Trainer	191
Kōsenjū Duck Hunt	164	Nihon Rettō Kaihatsu Game	129
Kōsenjū SP	35,157	Nintendo Koppai	26
Kōya no Gunman Game	98	Nintendo Leisure System	183
Kunitori Gassen Game	129	Nintendo No Yakyū Ban	97
Las Vegas Game	134	Norimono Karuta	57
Laser Clay Shootin System	183	Ogura Hyakunin Isshu	58
Lefty RX	35,166	Oriental Trumps	67
Light Telephone	165	Osomatsu Kun Game	133
Love Hotel	31	Panda to Asobo Kateiban	130
Love Tester	34,144	Paper Model	106
Mach Rider	156	People House	88
Mafia Game	129	Photo Copilas	178



Picture Cutter	95	Table Roulette	112
Picture Puzzle	111	Table Roulette Deluxe	118
Pistolas de luz Custom	35,157	Table Soccer	96
Pistolas de luz SP	35,157	Takasago	61
Play-Choice 10	211	Tamatori Game	112
Playing Guide	65	Tamatsuki Game	112
Popeye	209	Tenbillion	93
Popeye Ramen	31,170	Tengu	18,53
Popeye Trumps	70	Test Driver	192
Power Lift	154	The Sword in the Stone	137
Pretty Puzzle	90	The World of Popular Games	117
Punch Buoy	95	Thriller Game	125
Punch Race	98	Time Race Game	124
Punch-Out!!	210	Time Shock	99,113
Puzle 54 siluetas	90	Trumps	62
Puzzle Dice	91	Twins	37
Rabbit Coaster Game	86	Twister	33,120
Radar Scope	190,205	Uchuu Ace Game	131
Rising Trump	70	Uchuu Ace Trump	66
Rocket Game	130	Ultra Coaster Game	86
Roulette	112,118	Ultra Hand	33,84
Roulette Target	159	Ultra Machine	33,147
Round Game Series	124	Ultra Machine DX	147
R-Type	210	Ultra Man Game	131
San.ô Instant Rice	31,169	Ultra Q Game	131
Sasuke Game	133	Ultra Scope	155
Scoop Action Game	128	Ultra Seven Game	130
Sekai Kankô Ryokô Game	130	Ultra Seven Trump	66
SF-Hisplitter	198	Ultraman Trumps	66
Sheriff	190,200	Unilac	174
Shigurêden	61	Unmei Game	121
Shogaku Karuta	57	Unmei Game Deluxe	121
Shogi	117	Uranai Trump	68
Shooting Trainer	191	Uta Garuta	26,58
Shopping Game	132	Volley Ball Game	113
Shot Racer	87	VS. System	211
Simulation System	185	Walt Disney Fantasy Land Game	137
Sky Skipper	207	Wild Gunman	186,191
Skyhawk	192	Xiangji	117
Slugger Mate	149	Yakuman	116
Smart Ball	112	Yakuman Mat	116
Smashmatic	188,195	Yakyuu Game	126
Snoopy Trump	73	Yamauchi Nintendo	26,45
Socrates	117	Young Men Trump	65
Sono Game	122		
Space Ball	150		
Space Demon	203		
Space Fever	198		
Space Firebird	203		
Space Launcher	190,202		
Star Tanjô Game	126		
Stop! Nii Chan Game	133		
Stop! Nii Chan Trump	70		



Bibliografía:

- Kenji Takahashi (Nintendo Shoho no Himitsu), 1986, NON Book, Tokio
- Takeda Toru (Urareta Kenka, Kattémasu), 1996, KK Best Sellers, Tokio
- Takeda Toru (It's the Nintendo), 2000, T-Two, Tokio
- Hironao Baba (Nintendo ga Abunai), 1993, Yell Books, Tokio
- Hironao Baba (Sega ni Obieru Nintendo), 1993, Yell Books, Tokio
- David Sheff (Génération Nintendo), 1993, Ed. Addison-Wesley France, París
- Akagi Tepei (Sega VS Nintendo, Multimedia Wars no Yukue), 1992, JMAM, Tokio
- Utsumi Ichiro (Nintendo Galiba Shoho no Himitsu), 1993, Nihon Bungeisha, Tokio
- Makino Takefumi (Yokoi Gunpei No Game Kan), 1997, Aspect, Tokio
- Hikaru Mizusaki (Terebi Game no Sekai, Vol. 1-3), 1998, Games Square, Tokio
- Toshiaki Kaminogo (Nintendo no Himitsu), 1986, Gendai Shuppan, Tokio
- Tom Werneck (Zauber Pyramide), 1981, Heyne Büche, Bonn
- Museo del Hyakunin Isshu (Shigureden, Kioto)
- Nintendo Dream (2007/2008), Mainichi Communications, Tokio
- Entrevistas realizadas por el autor: H. Tanaka (Tokio), S. S. (Kioto), R. K. (Kioto), A. S. (Tokio), T. H. (Tokio), T. I. (Kioto).

Créditos fotográficos:

Todas las fotos, documentos escaneados y capturas de pantalla incluidos en esta obra proceden de colecciones privadas (juguetes, juegos, catálogos, fotos personales) propiedad de Florent Gorges, Isao Yamazaki, Fabrice Heilig, Tanaka «Marufuku» o Erik Voskuil. Para proporcionar un contenido más exhaustivo, algunas imágenes se han extraído de anuncios del sitio japonés de subastas Yahoo! Auctions. Las imágenes de época y los recortes de periódico de las instalaciones de Nintendo proceden de varias revistas japonesas: Denshi gijutsu (1977), President, Toy Journal (1971), Toys Magazine (1971), Bungu To Jimuki (1971-1973), Kyoto Shinbun. Si, pese a nuestros esfuerzos, alguna editorial, marca o agencia de comunicación constata que no nos hemos puesto en contacto con ella, le rogamos que nos lo haga saber para poder tomar las medidas necesarias en relación con esta edición y con otras que puedan seguirle.

También se han consultado las siguientes páginas web:

Historia de las Karuta/Hanafuda/cartas occidentales:

Wikipedia

<http://auctions.yahoo.co.jp/>

<http://www.arcadeflyers.com>

http://torolic.web.infoseek.co.jp/agf/gameology/book001/pch_047.htm

<http://www.nintendo.co.jp/nom/9909/index.html>

<http://yagi.doshisha.ac.jp/Meijiphoto/Titlepage.htm> (fotos del periodo Meiji)

Información adicional sobre la historia de Nintendo:

<http://www.geocities.co.jp/Playtown/4007/phy00.html>

<http://www.geocities.co.jp/Playtown/4007/note.html>

<http://www.j-cave.com/retro/index.html> (Disney Fricker)

<http://opencage.info/pics/> (Mamabérica)

<http://hack.cocolog-nifty.com/mitikusa/> (varios)

La Historia de NINTENDO

Hanafuda/Karuta/Cartas/Ultra Hand/Juguetes/Ultra
Machine/N&B Block/Love Tester/Juegos de mesa/
Light Beam Gun/Laser Clay System/EVR System/
Arcade Game/Color TV Game/Game & Watch....



ISBN: 978-84-942881-3-5



**HÉROES
DE PAPEL**

www.heroesdepapel.es