

# La censura en los videojuegos distribuidos por Nintendo de América entre 1985 y 1995.

Estudio del control de calidad llevado a cabo por Nintendo de América en EEUU y contraste de las diferencias culturales con Japón

Tutorizado por la profesora Paula Velasco Padial

## 1. Introducción

La censura en el contenido multimedia a escala global es cada vez más fruto de polémicas, debido a las tecnologías de la información que permiten al usuario medio contrastar la versión original de un producto con su adaptación a nivel local. Estas modificaciones son aplicadas normalmente por organismos dedicados de manera específica a esta materia y sin ánimo de lucro, que han surgido como respuesta a anteriores intentos de regulación de contenido, como los que trataremos en este trabajo.

El trabajo que expondremos a continuación, no obstante, se centra en los orígenes de esta problemática cultural que implica la censura de contenido, así como en intentar explicar y definir los patrones que motivan esta censura por parte de los dos mercados que se estudiarán en posteriores apartados: los EEUU y Japón. Para ello, nos centraremos en una empresa que actuó (y actúa, aunque no con el mismo control del mercado) como intermediaria entre ambos países en la década de los ochenta mediante la localización políticamente correcta de contenidos japoneses y americanos en su mercado nacional: Nintendo de América. Dicha compañía adoptó en el mercado de EEUU el rol principal de distribución de videojuegos desarrollados por empresas *third-party*<sup>1</sup> para las consolas Nintendo Entertainment System y Super Nintendo Entertainment System. Nintendo de América contaba con una guía de contenidos que pudiera ayudar a las empresas a cumplir con sus directrices de distribución, aunque era una medida que, como se demostrará en este artículo, contaba con importantes agujeros argumentativos y contradictorios entre sí.

---

1 Se entiende por empresa desarrolladora *third-party* aquellos casos en los que la empresa que desarrolla el juego es independiente en sí de la empresa distribuidora de éste, aunque tenga que cumplir los controles de calidad y de contenido que ésta les imponga para su publicación. Se diferencian de las compañías *first-party* y *second-party* a que no están limitadas a una consola o compañía específica ni son subsidiarias de éstas.

Alejandro Sánchez Herrera

Graduado en Estudios de Asia Oriental,  
Universidad de Sevilla.

Interesado en la historia y la literatura  
de Japón, así como en el campo de la  
traducción.

Esta práctica de censura a contenidos se sigue ejerciendo con cierta asiduidad, en casos tan recientes como *Fire Emblem Fates* (Intelligent Systems, 2016) de Nintendo 3DS por parte de *Nintendo de America*<sup>2</sup> o *Until Dawn*<sup>3</sup> (Supermassive Games, 2015) de PlayStation 4 por parte de Sony Computer Entertainment en Japón.

El primer caso, de los más destacados de la nueva generación, dio lugar a bastante polémica entre los medios y el público debido a la considerada como “localización excesiva” por parte de Nintendo. *Fire Emblem Fates* contó con contenido censurado a nivel de diálogos, intervenciones omitidas, localización inapropiada para la temática del juego, minijuegos modificados e incluso limitaciones añadidas a la jugabilidad, entre otros muchos cambios que provocaron hasta recogidas de firmas por Internet en las que participaron cerca de diez mil personas<sup>4</sup>.

Por otra parte, en el caso de *Until Dawn*, la censura se realizó únicamente en una de las escenas de historia principal. En el juego, el sistema de historia está enraizado en función de las decisiones que tome el jugador, lo que puede desembocar en consecuencias directamente provocadas a raíz de esta bifurcación argumentativa que se le presenten a éste. Una de las malas decisiones que se toman en el juego acaba con los protagonistas encadenados a una pared, mientras una sierra eléctrica se acerca al vientre del coprotagonista varón. En este momento, la versión americana del juego difiere notablemente de la versión japonesa. En ambos casos, la sierra eléctrica alcanza el vientre y corta al joven en dos partes por una incisión completa, la diferencia radica en cómo ve esto el jugador: el americano podrá ver el corte de manera explícita, así como el momento en el que la parte inferior del cuerpo cae al suelo tras separarse de su otra mitad; el japonés, no obstante, verá tan sólo una pantalla negra en la que se omite toda referencia visual a esta escena hasta que el protagonista ya ha sido seccionado. Este ejemplo particular se trata de una censura parcial, pues aunque no se pueda ver la acción que está teniendo lugar en ese momento, sí que se puede oír cómo la sierra corta al coprotagonista, así como los gritos de éste y su compañera.

Estos dos casos, aunque específicos, reflejan una de las bases fundamentales de este trabajo: la diferencia de matices culturales a la hora de aplicar censura sobre un contenido concreto. Mientras que en América hay una tradición de censura sobre los videojuegos procedentes de Japón con un gran énfasis y carga en lo sexual, los juegos publicados en Japón procedentes de América cuentan con un gran peso objetivo de censura hacia lo violento y gráfico. Esta propensión a censurar un tipo de contenido específico ha llevado a casos tales como no localizar según qué juegos de origen japonés en Occidente<sup>5</sup> debido a “diferencias culturales”<sup>6-7</sup> irresolubles sin recurrir a una modificación sustancial del contenido del videojuego.

---

2 De ahora en adelante, “Nintendo de América”.

3 Phillips, Tom. “*Until Dawn* Death Scene Censored in Japan”, disponible en: <http://www.eurogamer.net/articles/2015-08-27-until-dawn-death-scene-censored-in-japan> [Consultado el 11 de febrero de 2016].

4 Change.org, “Do not censor *Fire Emblem: Fates* for it’s worldwide release”, disponible en: <https://www.change.org/p/nintendo-do-not-censor-fire-emblem-fates-for-it-s-worldwide-release> [Consultado el 26 de mayo de 2016].

5 Sirvan como ejemplo los casos de las empresas japonesas Team Ninja e Idea Factory: la primera, a raíz de la decisión tomada de no localizar el videojuego *Dead or Alive Xtreme 3* debido a la polémica suscitada entre el público americano por su elevada carga sexual, entre otras razones; la segunda, a raíz de lo sucedido con el caso de Team Ninja, como decisión tomada de manera general con aquellos juegos que puedan resultar problemáticos a la hora de publicarse entre público occidental.

Sistemas como el *Entertainment Software Rating Board* (ESRB, 1994) o el *Pan European Game Information* (PEGI, 2003) no existían de forma oficial en la época en la que Nintendo de América empleaba la guía de contenidos mencionada antes, lo que motivado además por la hegemonía casi monopólica de las consolas de Nintendo en el mercado estadounidense (la principal consola competidora, la Master System (Sega, 1986) no contó con mucho éxito en comparación a Nintendo, como se explicará a lo largo de este trabajo) llevó a considerar esta guía de patrones como la ley predominante en EEUU dentro de esta materia.

Para entender lo contradictorio de estas políticas, se han elegido varios ejemplos de videojuegos que cuentan con contrapartes en otras consolas o que cuentan con testimonios de su proceso de desarrollo por parte del equipo encargado. Se recogen, por tanto, juegos como *Maniac Mansion* (LucasFilms Games, 1987), desarrollado previamente para Commodore 64 entre otros sistemas; o *Mortal Kombat* (Midway, 1993), como representativo del punto álgido del absurdo de la censura aplicada por Nintendo y sus consecuencias directas en el mercado. La idea con estos dos juegos, junto con *Night Trap* (Digital Pictures, 1992) es la de crear una cronología con puntos destacados mediante la cual se pueda valorar cómo llevaba a cabo Nintendo su control y el impacto que tenía en las desarrolladoras y en el mercado. De este modo, consideramos que *Maniac Mansion* sirve como el ejemplo más apropiado para mostrar la dualidad entre Nintendo de Japón y Nintendo de América, así como la relación entre esta última con la desarrolladora LucasFilms Games, mediante el análisis del testimonio de uno de los programadores del proyecto. La censura llevada a cabo en este proyecto sentó un precedente para el declive de la hegemonía de Nintendo, como explicaremos a lo largo de este trabajo. Por otra parte, *Mortal Kombat* es el ejemplo ideal para mostrar un juego cuyo contenido explícito es parte de su esencia y, cuando pasa por el filtro de la censura, los jugadores optan por la versión alternativa, de peor calidad por lo general pero más fiel al original. 1992, el año en el que se publica, también es un punto de inflexión a valorar en la historia del control de calidad de Nintendo, pues si el caso de *Maniac Mansion* podía considerarse como un presagio del declive por llegar, *Mortal Kombat* es el momento exacto en el que tiene lugar; en el que la industria cambia para dar lugar a mayor rigor y mejor regulación de contenidos. La censura aplicada a *Mortal Kombat*, así como una comparativa entre Nintendo y el ESRB, también se revisarán en este trabajo.

Se hará asimismo una comparativa con juegos de otros contextos, con el fin de aportar un contraste entre lo tolerado fuera de EEUU y lo tolerado fuera de Nintendo de América: tal es el caso de juegos como el antes citado *Night Trap* para Sega-CD o *Takeshi no Chousenjou* (Taito Corporation, 1986) desarrollado para la Famicom (es decir, no cuenta con localización oficial para la NES). El caso de *Night Trap* va directamente relacionado con *Mortal Kombat*, pues es uno de los juegos que provocan la intervención del gobierno en la industria de los videojuegos. Además, sirve como contraste general ya que, en la década de los 90, Sega era la principal competidora de Nintendo en el mercado estadounidense. Por otra parte, *Takeshi no Chousenjou* es un juego excepcional a analizar, debido al contexto histórico y al contraste que ofrece respecto a la industria japonesa, más aún al estar diseñado por una personalidad tan relevante de dicho país como es el director Takeshi Kitano.

---

6 Nascimento-Lajoie, Alexis. "Dead Or Alive Xtreme 3 Not Coming West Due to Cultural Differences, Says Sony Boss", disponible en: <http://nichegamer.com/2015/12/14/dead-or-alive-xtreme-3-not-coming-west-due-to-cultural-differences-says-sony-boss> [Consultado el 12 de febrero de 2016].

7 Nascimento-Lajoie, Alexis. "Idea Factory Will No Longer Localize Games Which Need Censoring for Western Regulations", disponible en: <http://nichegamer.com/2015/12/idea-factory-will-no-longer-localize-games-which-need-censoring-for-western-regulations> [Consultado el 12 de febrero de 2016].

Pese a que se debatirán aspectos técnicos de la localización, tanto a nivel lingüístico como a nivel gráfico, el peso principal del trabajo se encontrará en la diferencia cultural manifestada a través de la censura en el videojuego americano por parte de una empresa japonesa, con el fin de intentar integrarse dentro de un público con un código moral ajeno al de los fundadores de la empresa madre. La adaptación de contenidos creados por americanos para que se ajusten al mercado americano resulta, también, digno de estudio en cuanto al proceso y las razones que propician estas situaciones de localización, así como el análisis de la evolución de la censura a partir de la globalización de la sociedad y la identidad cultural de cada región dentro del mundo.

## 2. Aproximación al trato de censura de contenidos audiovisuales por parte de EEUU en la década de los 80

Los videojuegos contaron con un desarrollo lento en materia de censura en EEUU durante el siglo XX por dos razones mayoritarias: la primera es la también tardía popularidad de este nuevo medio, frente a otros medios de entretenimiento como pudieran ser el cine o la televisión. El público estadounidense no contó con un sistema para jugar videojuegos hasta agosto de 1972, cuando la videoconsola Magnavox Odyssey (Magnavox) fue lanzada en el mercado. Entre 1972 y 1974, Magnavox vendió en torno a 350.000 consolas Odyssey, según su creador Ralph H. Baer<sup>8</sup>. Si comparamos esta cifra con otra estadística que aporta Baer, en la que afirma que había más de 40 millones de televisores en EEUU en el año 1966<sup>9</sup>, encontramos que la Magnavox Odyssey apenas cubría entre un 8% y un 9% de este número total.

La segunda razón es una cuestión técnica: autores como O'Holleran, por ejemplo, afirman que "el desarrollo de la controversia hacia los videojuegos fue bastante más tardía que con las películas, porque su tecnología tardaba más a su vez en desarrollarse"<sup>10</sup>. O'Holleran afirma, además, que este es el motivo por el que "las acciones legales surgieron, en mayor medida, en la segunda mitad de los 90 y a principios de los 2000"<sup>11</sup>. Cuando O'Holleran menciona esta franja temporal, se refiere de manera fundamental a organismos como el *Entertainment Software Rating Board* (ESRB) o el *Pan European Game Information* (PEGI), pues se fundan en 1994 y 2003, respectivamente. La carencia

---

8 Baer, Ralph. "Genesis: How the Home Video Games Industry Began, by Ralph Baer", disponible en: [http://www.ralphbaer.com/how\\_video\\_games.htm](http://www.ralphbaer.com/how_video_games.htm) [Consultado el 23 de enero de 2016].

9 Otros autores, no obstante, apuntan a que este fenómeno tuvo lugar antes de 1966, como es el caso de Winthrop Jordan (en "The Americans", 1996, p.798), quien afirma que en 1960 ya había 52 millones de televisores, o de Edwin D. Goldfield (en "Statistical Analysis of the US", 1960, p.520), quien menciona que en 1955 había 39 millones de televisores y tres años después, en 1958, esta cifra aumentaba en diez millones. Incluso obras recopilatorias como la *World Book Encyclopedia*, concretamente en su edición del año 2003 (p.119) difieren de manera notable en lo comentado anteriormente, pues en 1960 se estima que había 60 millones de televisores en EEUU, tras un auge exponencial de compraventa donde en 1950 tan sólo había una décima parte de esta cifra, así como menos de 10.000 televisores en el año 1945. Por lo tanto, concluimos que aunque el número de televisores en EEUU durante 1966 afirmado por Baer no sea la única teoría de ventas que se pueda hallar respecto a esta materia, sí que sirve como ejemplo de que en la década de los años 60 hay un incremento sustancial de uso de televisores en comparativa a las décadas de 1950 y, sobre todo, 1940.

10 Traducción propia de O'Holleran, Jeffrey. "Blood Code: The History and Future of Video Game Censorship", University of Colorado, 2010.

11 Traducción propia de O'Holleran, "Blood Code...".

de desarrollo tecnológico en este medio, por tanto, dio lugar a una precariedad relativa a la hora de implantar medidas de censura en el contenido que se creaba, publicitaba, y difundía en el mercado estadounidense en la década de los 70.

La aparición de las primeras videoconsolas propias de Japón no tendría lugar hasta 1975, cuando Epoch Co. lanza al mercado su TV Tennis, una consola que adaptaba el videojuego *Pong* bajo licencia de Magnavox. En comparativa con la *Odyssey* americana, se pueden ver avances tales como la posibilidad de jugar sin cables, aunque su elevado coste para la época (19.000¥<sup>12</sup>) supuso que dicha consola no se integrara de lleno en el mercado<sup>13</sup>. Entre 1975 y 1977 se lanzaron también otras consolas, como la Home Pong de Atari, o la serie Telstar de Coleco, cuyo precio asequible (50\$<sup>14</sup>) permitió a muchas familias estadounidenses costearse dicho producto, hasta el punto de superar el millón de ventas<sup>15</sup>, tres veces más que lo que había conseguido la Magnavox Odyssey durante su período activo.

Autores como Martin Picard hacen referencia a que, debido a la economía boyante que ya había en Japón en la década de los 70, la industria del videojuego japonés podría recibir una influencia directa en su formación y expansión a otros continentes, como Europa o América del Norte, debido también a la experiencia del país en negocios vinculados a exportación e importación a escala internacional<sup>16</sup>. Como puede verse en los anteriores ejemplos citados, tanto el impedimento fundamental que impidió a Epoch triunfar con su TV Tennis, como la razón del éxito de la serie Telstar de Coleco, tienen su raíz en el mismo punto: el coste final de la consola de cara al público. Hiroshi Yamauchi, presidente de Nintendo, aprovechó esta etapa del desarrollo de la industria en Japón para lanzar al mercado la serie Color TV-Game en 1977<sup>17-18</sup> que consigue vender más de un millón de consolas en este país. El lanzamiento de esta serie supone un cambio drástico en el sector, al introducir a Nintendo como compañía referente del mercado nipón; posición que afianzaría con el lanzamiento de, primero, la serie de consolas portátiles Game & Watch (1980), y segundo y más importante, la consola de sobremesa Family Computer (conocida como Famicom) en julio de 1983.

La introducción particular de la Family Computer en el mercado supone un punto de inflexión en la praxis empresarial de Nintendo por varias razones. Antes de que se lanzara la Famicom, en la segunda mitad de la década de los 70, la industria japonesa se construyó en base a importar y

12 Yenes, lo que al cambio en euros equivale a 148.18€ a fecha 24/01/2015. Entendemos, no obstante, que 19.000 yenes son una cantidad más costosa entonces que en la actualidad debido a las diferencias fundamentales económicas de ambos períodos.

13 Gorges, Florent. "La Historia de Nintendo, 1889-1980: De los juegos de cartas a Game&Watch", *Héroes de Papel*, 2015, p.213.

14 Dólares estadounidenses, lo que al cambio en euros equivale a 46.30€ a fecha 24/01/2015. Hacemos la misma observación que en la nota 13.

15 Herman, Leonard. *Phoenix: The Fall & Rise of Videogames*. Rolenta Press, 1997.

16 Picard, Martin. "The Foundation of Geemu: A Brief History of Early Japanese video games", *Game Studies*, 2013.

17 Nintendo lanzó dos consolas de forma simultánea: la *Color TV-Game 6* y la *Color TV-Game 15*, ambas en junio de 1977. La *Color TV-Game 6* salió a un precio de 9.800¥, mientras que la *Color TV-Game 15*, dadas sus mejores características técnicas, salió a un precio de 15.000¥.

18 Gorges, Florent. *La Historia de Nintendo*. p.214-215.

replicar consolas americanas, por lo que las empresas que seguían esta práctica acumulaban experiencia de desarrollo de manera gradual mediante el proceso de imitación<sup>19</sup>. Cuando la Famicom sale al mercado, no obstante, Nintendo adopta lo que Takeaki Wada define en su artículo como una “estrategia de políticas cuasi-cerradas”<sup>20</sup>, consistentes en aportar hardware cerrado y, al mismo tiempo, abrir a nuevas empresas la posibilidad de desarrollar videojuegos para su nueva consola.

La cuestión del hardware cerrado es uno de los pilares sobre los que se asentará la Nintendo de la década de los 80 y primera mitad de los 90: el hardware cerrado implica que, a diferencia de otras compañías con un patrón de conducta más holgado en este aspecto como Atari Inc. (de la que Nintendo toma como referencia las razones de sus errores para su nueva política<sup>21</sup>), todo videojuego que se publicara para las consolas de Nintendo tenía que ser supervisado por ésta, mientras que la entrada de nuevas empresas motivaba la oferta de un amplio catálogo y, por tanto, el crecimiento del mercado.

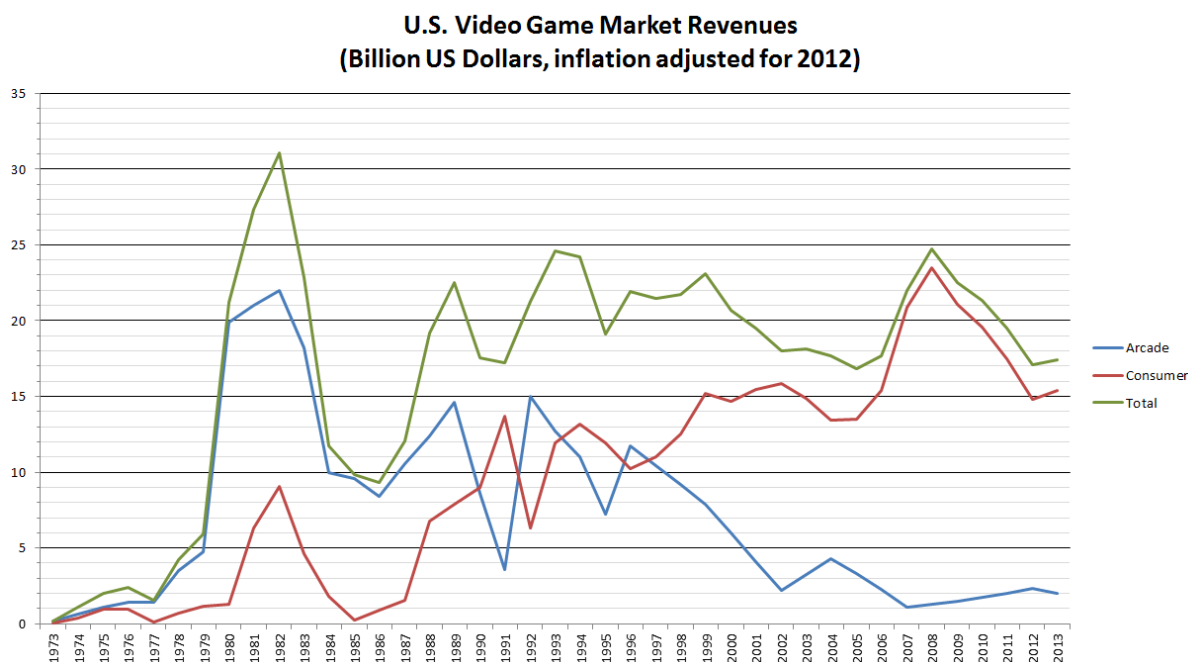


Fig. 1: Gráfica de beneficios anuales de la industria del videojuego (1973-2013).

La gráfica aquí expuesta corresponde a los beneficios generados por la industria del videojuego en EEUU desde sus orígenes (1973) hasta el año 2013, comprendiendo de este modo cuarenta años registrados. Los beneficios generados se introducen en la gráfica en miles de millones de dólares, así como con tres categorías correspondientes a líneas: los beneficios con las máquinas arcade (en azul), a nivel de consumidor (es decir, de consola/portátil/ordenador, en rojo) y combinados en total (en verde).

Aunque abarca todas las compañías y todas las plataformas, se puede apreciar en la línea roja cómo Atari domina el mercado hasta 1983, momento en el que tiene lugar la primera gran crisis

19 Wada Takeaki. “Exploitation Reduces Novelty: An Empirical Analysis of the Japanese Video Game Industry”, Aoyama Gakuin University, 2011, p.2.

20 El término en cuestión es “quasi-closed policy strategy” (Wada, “Exploitation Reduces Novelty...”, p.3.).

21 Arsenault, Dominic. “System Profile of the Nintendo Entertainment System”, *Video Game History: From Bouncing Blocks to a Global Industry*, 2014.

del videojuego y Nintendo interviene en la industria. Entre 1985 y 1991 hay un cierto auge que se acentúa de forma particular en los dos últimos años. No obstante, a partir de 1992 tiene lugar un declive notable del que se recupera en los años posteriores. Estas estadísticas están estrechamente ligadas con la historia de los controles de calidad, como mostraremos a continuación.

## 2.1. Contextualización de las políticas de control de calidad de Nintendo

Nintendo contó con la gran ventaja que supuso la crisis de los videojuegos en EEUU de 1983 para acabar de introducirse en dicho mercado. La empresa referente de este sector en EEUU a principios de la década de los 80 era, sin duda alguna, Atari. En 1980, su auge de popularidad fue tal, que hay autores que consideran que fue la empresa con un crecimiento más exponencial en toda la historia de los EEUU hasta entonces<sup>22</sup>. A partir de este año, Atari quiso convertirse en un monopolio dentro de la industria del videojuego, pero contó con dos factores que dieron lugar a la crisis de 1983:

1. Su problemática gestión interna, con diferencias clave entre el equipo administrativo y el equipo creativo de la empresa, provocó que varios desarrolladores clave abandonaran Atari para fundar empresas independientes, mientras que los desarrolladores que se quedaron recibieron un elevado incentivo económico que posteriormente resultaría perjudicial para las finanzas de la compañía<sup>23</sup>.
2. Sus políticas en relación a la distribución de productos: En 1981, Atari impuso una norma a los comercios dedicados a este sector según la cual tenían que comprar todo el stock de los juegos que planeaban lanzar de cara a 1982. La demanda de estos juegos no cubrió la abundante oferta planificada por Atari, lo que resultó en pedidos enteros abandonados por las tiendas e, incluso, enterrados en el desierto<sup>24-25-26</sup>.

No obstante, el motivo principal por el que los juegos de Atari no vendieron y, por tanto, dieron lugar a la crisis de 1983, era la escasa calidad de sus productos. En Nintendo tomaron los errores de Atari en el mercado estadounidense (escasa calidad, oferta desproporcionada y conflictos con desarrolladores) como referente para evitar el fracaso al entrar también en esta parte de la industria del videojuego. Es a partir de esta comparativa con los errores de Atari de donde saldrá la visión enfática de Nintendo en lo que respecta a censurar contenido, con el fin de adaptarlo al público objetivo y evitar excesos que también se habían dado en la etapa de vigencia de Atari<sup>27</sup>.

22 Ernkvist, Mirko. "Down Many Times, but Still Playing the Game: Creative Destruction and Industry Crashes in the Early Video Game Industry 1971-1986", Helsinki, 2006.

23 Ernkvist, "Down Many Times...", p.20.

24 Esto hace referencia al que era hasta hace poco un mito urbano, el entierro en el desierto de Alamogordo (en 1983) de en torno a 700.000 cartuchos del videojuego "E.T the Extra-Terrestrial" publicado por Atari en 1982. En abril de 2014, una expedición realizada por Fuel Entertainment y Microsoft encontró 1300 cartuchos, no sólo de E.T, sino también de otros juegos publicados para la Atari 2600 como Centipede (Atari, 1981), Phoenix (Amstar Electronics, 1982) y Raiders of the Lost Ark (Atari, 1982).

25 *Nytimes.com*, "Atari Parts are Dumped", disponible en: <http://www.nytimes.com/1983/09/28/business/atari-parts-are-dumped.html> [Consultado el 26 de enero de 2016].

26 Good, Owen S. "E.T cartridges found in infamous Atari landfill", disponible en: <http://www.polygon.com/2014/4/26/5656282/atari-et-landfill-new-mexico-found-cartridges> [Consultado el 26 de enero de 2016].

27 Sirva de ejemplo el videojuego *Custer's Revenge* (Mystique, 1982), ampliamente criticado tras su lanzamiento debido a la apología a la violación de una mujer nativo-americana. El juego contenía, además, desnudos completos de ambos personajes (el protagonista y la mujer). Este juego, en particular, se considera (tanto por su año de publicación tanto por su desarrolladora externa) el punto de inflexión en la mala praxis de distribución por parte de Atari de videojuegos para su consola Atari 2600.

Por lo tanto, como ha quedado explicado, existe un contexto previo que fomenta unas normas más estrictas a nivel de contenidos por parte de Nintendo, tanto a lo que respecta a su creación (con la estrategia de políticas cuasi-cerradas en hardware), como a su revisión y distribución.

## 2.2. El decálogo de reglas sobre contenidos en videojuegos, *Nintendo of America's Video Game Content Guidelines*

En consecuencia, y con todos estos factores en cuenta, Nintendo diseña la que será su guía y su referente en cuanto a publicación de contenido audiovisual para las consolas Nintendo Entertainment System (NES) y Super Nintendo Entertainment System (SNES) en Norteamérica durante la próxima década (1985-1995): la *Nintendo of America's Video Game Content Guidelines*.

Este decálogo, cuyo título se traduciría al español como *Directrices para contenido de videojuegos de Nintendo de América*<sup>28</sup>, se repartía a los desarrolladores para que tuvieran en cuenta sus medidas a la hora de crear o adaptar sus videojuegos a partir de otras consolas. El siguiente texto son las "Directrices" íntegras, aunque con traducción propia al español debido a las características que rodean al texto y el mercado para el que se difundió<sup>29</sup>:

La prioridad de Nintendo de América es la de aportar entrenamiento de alta calidad en los videojuegos para nuestros clientes. En caso de que nuestros clientes sean niños, se recomienda implicación paterna durante sus horas de juego. Nintendo se preocupa por que sus productos no contengan material que pueda resultar inaceptable para la sociedad en todo su conjunto.

De forma consecuente, llevamos desde 1988 revisando el contenido de todos aquellos juegos desarrollados para nuestras consolas, con el fin de que cumplan con nuestros estándares cambiantes. Dado que nuestro negocio ha madurado, hemos adaptado nuestras directrices para que cubran las preocupaciones de los miembros de nuestro mercado objetivo y sus padres. Si bien somos conscientes de que las definiciones de moral social, cultural y política son un tema subjetivo, seguiremos aportando a nuestros clientes entretenimiento que cumpla con las normas aceptadas por la sociedad.

Las siguientes directrices para contenido de videojuegos son expuestas como asistencia en el desarrollo de game paks aprobados (tanto de Nintendo como licencias) al definir el tipo de contenido y temáticas que no son compatibles con la filosofía y políticas de mercado de Nintendo. Si bien pueden realizarse excepciones para conservar el contenido de un juego, Nintendo no aprobará aquellos juegos de NES, Game Boy o Super NES (incluyendo trabajo audiovisual, caja y manual de instrucciones):

1. Que *comprendan* contenido sexual explícito o subyacente, incluyendo violaciones y/o desnudos.
2. Que contengan lenguaje o representaciones denigrantes hacia miembros de ambos sexos.
3. Que representen violencia casual, gratuita o excesiva.
4. Que representen muestras gráficas sobre muerte.
5. Que representen violencia doméstica y/o maltrato.

<sup>28</sup> Traducción propia teniendo en cuenta el nombre oficial de dicha subdivisión de Nintendo en español.

<sup>29</sup> El texto original se ha extraído de Schwartz, Steven, y Janet Schwartz. "Parent's Guide to Video Games", Prima Lifestyles, 1994. Al ser un texto exclusivo del mercado estadounidense, no cuenta con traducción equivalente oficial al castellano.



6. Que representen fuerza excesiva en un juego de deportes más allá de lo que exista realmente en los deportes de contacto.
7. Que reflejen estereotipos en el lenguaje sobre sexo, nacionalismo, religión o etnia; esto incluye simbología vinculada a cualquier tipo de grupo racial, religioso, nacionalista o étnico, como es el caso de cruces, pentagramas, Dios, dioses (se aceptan los dioses de mitología romana), Satán, infierno, Buda.
8. Cuya profanación u obscenidad en cualquier forma de lenguaje o gesticulación resulte ofensiva para el gusto y los estándares del público prevaleciente.
9. Que incorporen o *ensalcen* el uso de drogas ilegales, materiales para fumar, y/o alcohol (Nintendo no permite anuncios de cerveza o cigarrillos en las vallas publicitarias de cualquier estadio, arena o terreno de juego de un videojuego deportivo).
10. Que incluyan mensajes políticos subliminales o discursos directos vinculados a política.

Como puede leerse en este decálogo, la mayoría de las normas que se aplican hacen referencia a contenido adulto (artículos 1, 2, 3, 4, 5, 7, 9), así como a contenido polémico, no necesariamente adulto, pero sí potencialmente ofensivo (artículos 8 y 10). El artículo 6, referente a la fuerza excesiva en un juego de deportes, es quizás la única excepción a estas grandes categorías, además de no conocerse casos a los que haya tenido que aplicarse de manera oficial<sup>30-31</sup>. Nintendo llevó a cabo un énfasis particular en respetar los artículos 1, 2 (que, por lo general, van estrechamente ligados), 3 y 7 (quizá el más destacable por su componente cultural y su gran variedad de casos censurados). Debemos tener en cuenta, además, que una buena parte de los juegos censurados por Nintendo de America no se limitaban a un artículo único del decálogo: había juegos como *Maniac Mansion* (1987), que trataremos a posteriori, donde se vulneraban más de la mitad de los artículos propuestos por Nintendo de América.

### 2.3. Distinción entre juegos desarrollados en EEUU y juegos localizados desde Japón

En la nota número 31 del apartado anterior se hace mención a una peculiaridad sobre los juegos de deportes: su distinción por lugar de origen de desarrollo y no por género, entendiendo esto último como categoría y no como su equivalente biológico-social. Algo que llama la atención de esto, por tanto, es el contraste que existe en esta época entre los juegos que se disfrutaban en EEUU para la Nintendo Entertainment System primero y la Super Nintendo Entertainment System después, con los que se juegan en Japón en la Family Computer (Famicom) y la Super Family Computer (Super Famicom). Este contraste, esta disonancia cognitiva<sup>32</sup> que tiene lugar en Nintendo como empresa, permite analizar los límites entre lo que podía ser moralmente correcto en Japón y algo digno de censura en EEUU. Para ello, es necesario recurrir a varios ejemplos de dichas consolas para hacer una comparativa apropiada.

30 Según John James McCullough en su artículo "Nintendo's Era of Censorship", donde comenta que debido a que los juegos de deportes se originaban de manera fundamental en EEUU, los desarrolladores ya partían con esta idea mientras trabajaban en sus proyectos.

31 McCullough, J.J., "Nintendo's Era of Censorship", disponible en: <http://www.jjmccullough.com/Nintendo.php> [Consultado el 20 de febrero de 2016].

32 Entendiéndose "disonancia cognitiva" como el concepto originalmente acuñado por el investigador estadounidense Leon Festinger, consistente en el caso donde dos ideas resultan contradictorias entre sí en su esencia, pero conviven dentro de un mismo individuo o grupo por una serie de razones argüibles (como pudiera ser la autojustificación). Se explicará la relación entre esta teoría originaria de 1957 y Nintendo en la década de los 80 mediante ejemplos expuestos en el presente apartado.

Tomemos, por ejemplo, el caso del videojuego *Takeshi no Chousenjou* (Taito, 1986), juego diseñado por el actor y director japonés Takeshi Kitano. Este juego se publicó de manera exclusiva en Japón para la consola Super Famicom, aunque una traducción fan<sup>33</sup> permite hoy en día a los jugadores angloparlantes entender los diálogos y menús integrados dentro de esta obra catalogada como *kusoge*<sup>34</sup>. En *Takeshi no Chousenjou*<sup>35</sup>, el personaje al que controlamos es un *salary-man*<sup>36</sup> que tiene un trabajo de oficina y una familia a la que mantener, aunque una de las primeras posibilidades del juego sea matarles a base de puñetazos<sup>37</sup>. El protagonista, además, puede ir a tomar varios tipos de bebidas alcohólicas a un bar como, por ejemplo, whisky o vino<sup>38</sup>. Estos ejemplos evidentes de límites aprovechados en Japón que en EEUU se cortarían sin duda alguna, pueden extenderse aún más si se quisiera hacer una censura exhaustiva al juego, como posibles infracciones al artículo 10 sobre mensajes subliminales de política por pósteres que el jugador puede encontrar sobre la economía japonesa en crisis, o infracciones al artículo 8 por lenguaje profano empleado en el juego<sup>39</sup>. Nos encontramos, por tanto, ante un ejemplo de un juego que vulneraba más de la mitad de los artículos del decálogo planteado por Nintendo de América y que, aun así, se comercializó en Japón para todos los públicos y del que se estiman ventas en torno a 800.000 copias<sup>40</sup>.

Podría argumentarse, pues, que Nintendo de América no localizó *Takeshi no Chousenjou* en EEUU precisamente por estas connotaciones. A esto se suma, quizás, la valoración de traer a este país un juego que culturalmente está muy ligado a características propias de Japón (como la vida del *salary-man*, los *pachinko-parlors*, la necesidad de adquirir un *shamisen* en el juego para poder avanzar en la historia, etc.). No obstante, existen múltiples casos de juegos o contenido localizado desde Japón donde determinados elementos, característicos de manera única y particular de este país, se adaptan al público americano por otro elemento culturalmente parecido. Esta práctica se lleva a cabo con juegos tan populares como *Yo-kai Watch*<sup>41</sup> (Level-5, 2015) para *Nintendo 3DS*, aunque también existen casos de adaptación cultural elevada como *Kamen no Ninja Hanamaru*<sup>42</sup>

33 Romhacking.net, disponible en: <http://www.romhacking.net/translations/1682> [Citado el 23 de febrero de 2016].

34 *Kusoge* es una palabra japonesa que consta de dos partes: *kuso* (クソ), que significa “basura, mediocre”, y *ge* (ゲー), abreviatura de *geemu* (ゲーム), que significa “videojuego”. El término *kusoge* se emplea, por tanto, para videojuegos que cuenten con estándares de calidad muy inferiores a la generación a la que pertenecen, como pueda ser el caso de un juego con gráficos mal contruidos, con gran cantidad de ‘bugs’ (fallos de programación), historia y/o doblaje considerables como ‘pésimos’ y una dificultad desequilibrada que perjudica al apartado de jugabilidad. *Takeshi no Chousenjou* se considera un juego *kusoge* por, entre otras cosas, su elevadísima dificultad y sus controles falibles (por ejemplo, por el tiempo de espera desde que el jugador pulsa un botón hasta que el cartucho lo detecta, cuando pueden pasar hasta 2-3 segundos, lo que supone una ralentización importante en jugabilidad).

35 Cuyo título en inglés sería “Takeshi’s Challenge” y en español “El Desafío de Takeshi” o “El Reto de Takeshi”.

36 Término empleado para definir a los empresarios japoneses en lo bajo de la jerarquía de su compañía.

37 Aunque los gráficos de pelea no sean particularmente violentos, el hecho de golpear a civiles con los puños infringiría el artículo 3 del decálogo de Nintendo de América, ya que las únicas excepciones toleradas respecto a este tipo de contenido serían los ataques a enemigos armados y/o no-humanos, siempre que sean hostiles y no animales inocentes (como pudieran ser, por ejemplo, alienígenas o robots). En el caso particular de la muerte “a golpes” de la esposa del protagonista y sus hijos, se vulneraría también de manera tajante el artículo 5 referente a maltrato y abuso doméstico.

38 Infracción del artículo 9 del decálogo de Nintendo de América, en el que todo contenido relacionado con alcohol, tabaco y/o drogas ilegales debe ser reemplazado por un equivalente para todos los públicos.

39 El uso de la *yakuza* como personajes recurrentes en la historia del juego hace que éste cuente con un lenguaje malsonante o, por lo menos, de carácter adulto, lo que sería adaptado por Nintendo de América en un equivalente para todos los públicos.

40 Fuente: Capítulo #01 de la Temporada 1 del programa japonés “Game Center CX”, (ゲームセンター CX #01 タイトー「たけしの挑戦状」): <https://www.youtube.com/watch?v=fB9EDVF28hM>.

(Capcom, 1990) / *Yo! Noid* (Capcom, 1990), ambos para NES, donde el contenido a localizar se altera hasta tal punto que puede considerarse un juego fundamentalmente distinto a la versión original de la que parte. El caso de *Yo! Noid* es particularmente llamativo ya que la localización se llevó a cabo de manera colaborativa entre Capcom y Domino's Pizza. En el juego original, *Kamen no Ninja Hanamaru*, la historia trata sobre la desaparición de unos niños en una isla que se utiliza como parque de atracciones, Leisure Land<sup>43</sup>. El protagonista, el aprendiz de ninja Hanamaru, es el encargado de viajar hasta esta isla para encontrar y rescatar a los niños perdidos. El juego consta de catorce niveles, con mapas variados entre sí (son temáticos, como un bosque, un parque de atracciones, una zona polar, etc.) e incluso con elementos japoneses tales como ninjas enemigos, pergaminos coleccionables (ambos en el Stage 1<sup>44</sup>), *shuriken* estáticos que derrotan al jugador si los toca (en el Stage 8), o jefes parecidos al personaje protagonista (una *kunoichi* en el Stage 10 y un maestro ninja en el Stage 14, de jefe final)<sup>45</sup>.

Por otra parte, en *Yo! Noid*, el protagonista no es Hanamaru, sino The Noid, la mascota oficial de Domino's Pizza. El problema que tiene lugar en el juego deja de ser la desaparición de los niños, para pasar a ser la existencia de un impostor de The Noid que provoca caos a su paso por Nueva York. El objetivo del protagonista, por tanto, es detener a este impostor y salvar a la ciudad de la amenaza que provoca.<sup>46</sup>

Las diferencias entre *Yo! Noid* y *Kamen no Ninja Hanamaru* son evidentes desde el primer nivel: mientras que en *Kamen no Ninja* hay una variedad de escenarios relacionados con la naturaleza, los que aparecen en *Yo! Noid* son, en su totalidad, de carácter urbano. Plataformas con rascacielos de fondo, fábricas de producción o tiendas de pizza son varios de los ejemplos que el jugador se puede encontrar a lo largo de su partida. Los ninjas del Stage 1 de Hanamaru son reemplazados por pescadores armados con arpones, así sus variantes posteriores son reemplazadas por personajes con tupé o gabardina, características más familiares al público americano. Al final del juego, The Noid es recompensado con varias cajas de pizza, mientras que en el final de *Kamen no Ninja*, Hanamaru libera a los niños secuestrados.

Lo interesante de este caso es que, pese a que *Kamen no Ninja Hanamaru* fue alterado en gran medida durante su etapa de localización, la versión original no vulneraba ni un artículo del decálogo de Nintendo. Como juego de plataformas, los enemigos van armados y son hostiles, no hay representaciones excesivas de violencia ni lenguaje soez de ningún tipo, además de factores cuya ausencia es lógica, como el uso de sustancias ilegales o la referencia a sistemas políticos. No obstante, las razones de su adaptación cultural estuvieron motivadas por el pacto de Capcom y Domino's Pizza, así como la popularidad exponencial de The Noid entre el principal público objetivo de Nintendo: los menores de edad.

41 Donde, entre otras acciones, se reemplazan los nombres japoneses de los personajes del juego por nombres ingleses (el protagonista, llamado "Keita Amano", pasa a ser "Nathan Adams" en occidente; la co-protagonista "Fumika Kodama" pasa a llamarse "Katie Forester", etc.), así como platos culinarios japoneses se adaptan a la cocina occidental (un puesto de "takoyaki" pasa a vender "doughnut holes", lo que en español serían "agujeros de donuts" o "bolas de donuts").

42 Título traducible al castellano como "Hanamaru, el ninja enmascarado" o "Hanamaru, el ninja de la máscara".

43 Traducción fan del término original, "あそびにしま", que literalmente significa "Isla de jugar". La traducción al español de "Leisure Land" podría ser, por ejemplo, "Ociolandia".

44 Término original del gráfico del juego, traducible como "nivel".

45 Fuente: Capítulo #58 de la Temporada 8 de Game Center CX (ゲームセンター CX #01 仮面の忍者花丸): <https://www.youtube.com/watch?v=mN3fmDYgQe4>.

46 Descripción de la contraportada, extraída de mobygames.com, <http://www.mobygames.com/game/yo-noid/cover-art/gameCoverId,115342>.

La campaña de publicidad de Domino's Pizza y The Noid comenzó a tomar forma en 1986, momento en el que Domino's presenta a su mascota con una inversión inicial de 5 millones de dólares en anuncios de televisión en prime-time. Esto dio lugar a un auge de popularidad de The Noid, especialmente entre niños de entre 6 y 12 años, lo que hizo que Domino's cambiara por completo el enfoque del personaje y lo orientara a este nuevo público. De esta manera se publicaron *Avoid the Noid* (BlueSky Software/California Merchandising Concepts, 1989) para Commodore 64/MS-DOS y *Yo! Noid* para Nintendo Entertainment System, de la mano de Capcom. Se enviaron medio millón de copias a las tiendas estadounidenses, a un precio recomendado de 40\$ y tras dos años de desarrollo simultáneo en EEUU y Japón.<sup>47</sup>

Por lo tanto, debe entenderse el caso de *Yo! Noid* como una adaptación cultural enfocada de manera principal como medio publicitario, así como estrategia empresarial para anteponerse a otras empresas alimenticias que seguían el mismo camino de difusión<sup>48</sup>. No se trata, pues, de una localización a partir de un acercamiento cultural al público objetivo estadounidense, o de un juego con alto riesgo de crear polémica en el mercado por su contenido, sino de una inversión/adquisición de licencia, un uso del videojuego como otro formato alternativo frente al más tradicional anuncio de televisión o incluso radio. La dualidad *Hanamura/Noid* supone la consolidación del acercamiento de grandes compañías americanas a la industria del videojuego como método de expansión a partir de sus mascotas, en lo que se puede entender como un intento de competencia ante los grandes referentes de la época como Mario y Luigi (de Nintendo) o *Sonic the Hedgehog* (Sega). Las características de los juegos de estas compañías del sector y los intentos de las empresas alimenticias son similares a primera vista: ambos grupos se desarrollan bajo el género de plataformas en mayor medida<sup>49</sup>, además de contar con determinadas características inherentes al género como formato de niveles, tipos de enemigos o premisa inicial. No obstante, esta nueva corriente publicitaria no consiguió salir adelante de manera exitosa, pues estos juegos contaban con una calidad escasa y podían considerarse como *kusoge*, además de contar con otros factores como la caducidad de sus mascotas<sup>50</sup>.

#### 2.4. Análisis de público objetivo por parte de Nintendo

En el apartado anterior se ha hecho referencia a varias categorías de público objetivo, tanto al interés para Domino's Pizza con su campaña publicitaria de *Yo! Noid*, como para Nintendo por su política de censura de contenido. Esto es importante para profundizar en las razones del cambio o recorte de elementos, porque el énfasis en ciertas categorías es indicativo de la estrategia y el razonamiento de Nintendo de América. Además, este enfoque "para todos los públicos" fue un factor clave para que Nintendo perdiera el sistema semi-monopólico del que disfrutaba en EEUU,

47 *Nintendoplayer.com*, "Yo! Noid Prototype", disponible en: <http://www.nintendoplayer.com/prototype/yo-noid> [Consultado el 15 de marzo de 2016].

48 Aunque antes de este lanzamiento existían otros juegos de grandes empresas alimenticias americanas como Burger King y su *Whopper Chase* (Erbe Software, 1987) para MSX, publicado de manera exclusiva en las tiendas de España, o incluso después, como fueron los casos de McDonald's y *M.C. Kids* (Virgin Interactive, 1992) o Cheetos y *Chester Cheetah: Too Cool to fool* (System Vision, 1992), tan sólo 7up había lanzado antes al mercado un juego publicitario (*Spot: The Video Game*, de 1990 y desarrollado por Virgin Mastertonic) basado en un juego ya existente (*Infection*, de 1988 y desarrollado por Wise Owl). Aun así, *Infection* nunca llegó a publicarse, además de ser desarrollado en EEUU, por lo que *Yo! Noid* se trata posiblemente del primer caso en la industria de los videojuegos en el que un videojuego japonés se adapta a una campaña publicitaria estadounidense en su proceso de localización.

49 Sirvan de ejemplo ilustrativo las series *Super Mario Bros* (NES/SNES), *New Super Mario Bros* (DS/3DS/Wii/Wii U), *Sonic the Hedgehog* (Genesis) o *Sonic Adventure* (Dreamcast/Gamecube).

50 Mientras que hoy en día Mario, Luigi y Sonic siguen siendo mundialmente conocidos, mascotas como The Noid o Spot dejaron de contar con la popularidad que habían alcanzado en la década de los 90.

debido a que el público adolescente/adulto consumidor de videojuegos no estaba satisfecho con el catálogo que ofertaba Nintendo. Esta debilidad comercial la aprovecharon primero en Sega entre 1986 y 1995 con la Sega Master System (1986) y sobre todo la Sega Mega Drive (1989), para posteriormente entrar Sony en el mercado americano con la Sony PlayStation (1995), el golpe definitivo para la hegemonía de Nintendo en el mercado estadounidense<sup>51</sup>.

Para entender el tipo del público en el que mostraba interés Nintendo, hay que entender también las formas que empleaban para alcanzar a dicho sector. Uno de los recursos empleados era la publicidad televisiva en forma de anuncios. Aquí también existe una diferencia cultural bastante notable, pues los anuncios emitidos en la televisión japonesa y los emitidos en la estadounidense están orientados a dos grupos distintos de público<sup>52</sup>. Por ejemplo, entre 1992 y 1996, la etapa final de la hegemonía de Nintendo en América, los anuncios estaban dirigidos tanto a un público casual<sup>53</sup> en Japón, incluyendo artistas y fragmentos animados para aportar una atmósfera entretenida y amigable para promocionar sus juegos, como un público rebelde en EEUU<sup>54</sup>, con lemas tales como *children should be seen and heard*<sup>55</sup> o *give the world a wedgie*<sup>56</sup>, en lo que puede entenderse como una estrategia de ganar parte del público adolescente de Sega (y posteriormente Sony). La paradoja con este intento de ampliar su mercado objetivo es que sólo se aplicaba en la publicidad: en 1992, Midway Games desarrolló el *port* para SNES de *Mortal Kombat*, en lo que supuso un punto de inflexión para la industria del videojuego en EEUU por varias razones que analizaremos posteriormente.

La trayectoria de Nintendo de América en cuanto a materia de localización podría entenderse como una suerte de teoría del valle inquietante<sup>57</sup>, cuya aplicación está vinculada a la tolerancia gradual del ser humano hacia la imagen humana de un robot. En el gráfico original, los ejes que explican la información son el eje X, que representa el parecido humano que puede conseguirse con un robot, mientras que el eje Y es aquel que representa la familiaridad del individuo al robot humanizado. La teoría del valle inquietante, en robótica, consiste en la descripción una familiarización gradual a partir de una mayor semejanza humana, hasta alcanzar un punto de inflexión en el que dicho parecido continúa aumentando, pero se pierde toda familiaridad con la imagen alterada del robot, lo que a su vez genera aversión al espectador. Traspasado lo que se conoce como valle inexplicable, por tanto, la tendencia de auge gradual continúa hasta alcanzar una semejanza ideal.

Esta gráfica puede aplicarse a la trayectoria de Nintendo de América desde el lanzamiento de la NES en 1984 hasta la actualidad. La expansión de Nintendo surge como respuesta a una crisis del videojuego provocada por un deterioro de calidad en el contenido del que en Atari eran los principales culpables, como hemos explicado con anterioridad. Se parte, por tanto, de un punto

51 Arsenault, Dominic. "System Profile of the Nintendo Entertainment System", *Video Game History: From Bouncing Blocks to a Global Industry*, 2014.

52 Van der Weyer, Martin. "The Japanese Causes Behind Casual: Looking at Nintendo's Influence on the Origins of the Casual Market", *Social Casual Mobile*, 2013.

53 Concepto con el que se define al público principiante en videojuegos o que antepone la accesibilidad a la dificultad, entre otras variables de jugabilidad.

54 Van der Weyer, "The Japanese Causes", p.10.

55 "Los niños deberían ser vistos y oídos", en español.

56 "Hazle/Hacedle un calzoncillo chino al mundo", con el concepto de "calzoncillo chino" que se asocia a la acción de agarrar los calzoncillos de una persona por detrás y tirar hacia arriba.

57 Formulada originalmente por el investigador de robótica Masahiro Mori en 1970.

‘cero’, donde según cómo tome Nintendo las riendas de la industria, se puede descender aún más o conseguir arreglar la situación. El eje X, por tanto, sería el de cantidad de contenido, la capacidad de Nintendo de adaptarse a la demanda, aumentar el público consumidor y seguir esta tendencia para hacer más grande a la compañía. El eje Y, por otra parte, sería la calidad del contenido, lo que mejora Nintendo respecto a Atari tras su relevo generacional en el mercado del videojuego en EEUU, que puede englobar avances a nivel técnico, a nivel lingüístico, a nivel comercial y a nivel cultural.

Podría considerarse la etapa de 1984 hasta 1990 como el resurgir de la industria del videojuego estadounidense: Nintendo aporta contenidos regulados, evita la caída drástica del sector, construye una organización que involucra a empresas *third-party* y cuenta con los medios económicos necesarios para sacar adelante sus proyectos. Así pues, el crecimiento de Nintendo se percibe tanto en el eje X con su modelo de distribución y su estrategia de políticas cuasi-cerradas, como en el eje Y con los avances a nivel técnico (principalmente con el cambio generacional de NES a SNES), a nivel lingüístico<sup>58</sup>, a nivel comercial y cultural (el videojuego resurge en EEUU como un nuevo medio de expresión y difusión, lo que dio lugar a corrientes como las vistas anteriormente de publicidad de grandes empresas). Hasta 1990, por lo tanto, podría afirmarse que Nintendo va al alza en esta interpretación alternativa del valle inquietante de Mori<sup>59</sup>, aunque arrastre varios problemas que contribuyan al valle inexplicable que tiene lugar de forma particular entre 1992 y 1995.

El declive de 1990 está originado por varias razones, pero todas son explicables también con la teoría de la disonancia cognitiva mencionada en apartados anteriores. Estas razones pueden organizarse de la siguiente manera:

- Involucración publicitaria de compañías con grandes recursos con productos de escaso presupuesto.
- Interés en el público adolescente que se resiste a adquirir una *SNES* por su perfil “para todos los públicos”.
- Decálogo para regular la cantidad de contenido, que acaba siendo exhaustivo de manera tan particular que oprime más que ayuda.

Estos tres factores son, sin duda, los que separan a Nintendo de su público objetivo debido a una serie de contradicciones que se pueden justificar en la organización de la empresa, pero no en el mercado estadounidense. El caso de las compañías alimenticias, lanzando al mercado productos de escasa calidad (que es, a su vez, por lo que esta tendencia se disipa en la etapa del “valle inquietante”), no consigue el objetivo esperado debido al poco presupuesto que se dedica a este nuevo departamento: es una inversión tímida y con desconocimiento del mercado de los videojuegos. Además, el modelo de distribución de varios de estos juegos, como el caso de *Whopper Chase*, a la venta sólo en sucursales españolas de Burger King, no ayudaba a considerarlos como juegos de pleno derecho sino como “accesorios” o más bien “programas interactivos”<sup>60</sup>.

58 Puede afirmarse que Nintendo no avanza a nivel lingüístico en este período de auge. Pese a que la cantidad del contenido localizado desde Japón aumenta de manera exponencial, la calidad del inglés empleado en las traducciones es, por lo general, de escasa calidad. Además, la reafirmación del decálogo de políticas de censura de Nintendo de América de 1987 da lugar a situaciones ilógicas dentro de la localización o adaptación de determinados videojuegos, hasta el punto de perjudicar de manera directa la calidad del juego publicado.

59 Mori Masahiro, “The Uncanny Valley”, *Energy*, 1970, p.33-35.

60 Este tipo de juegos recibían, por lo general, el apodo mencionado antes de *kusoge*, debido principalmente a la escasa inversión en el producto en sí.

Por otra parte, el segundo y tercer puntos van estrechamente ligados a lo que esperaba conseguir Nintendo para su mercado. La contradicción que supone aspirar a un público adolescente, rebelde y exigente, pero endurecer aún más la política de censura de contenido con casos hasta evidentes para el jugador promedio, sólo podría explicarse quizás si se busca homogeneizar las categorías de público de EEUU y Japón, aunque esto sería una demasiado complicada debido a las diferencias culturales entre jugadores nipones y estadounidenses, además de los juegos desarrollados en dichos países, que van ligados de forma estrecha a las sus propios rasgos sociales.

Keiji Inafune<sup>61</sup>, diseñador gráfico de juegos como *Yo! Noid* o *Street Fighter* (Capcom, 1987), explicó en una entrevista llevada a cabo en 2010<sup>62</sup> las características distintivas del desarrollo de videojuegos en Occidente en comparación con Japón. De este modo, una de las preguntas del entrevistador es la de que por qué tienden los desarrolladores japoneses a hacer gráficos más estilizados en vez de aspirar a buscar mayor realismo. A esto, Inafune contesta lo siguiente:

Desde que naces, estás expuesto a tu cultura nativa y la ves con tus propios ojos. A los niños japoneses se les muestra la 'cultura manga' y la estética establecida vigentes en Japón. Está arraigada en nuestra cultura. El público occidental, sobre todo el estadounidense, por otra parte, está expuesto a una gran variedad de personajes. Desde Bob Esponja hasta cómics como los de los X-Men o Spider-Man u otros superhéroes, los occidentales son testigos de una gran diferencia entre los productos culturales que consumen y esto se refleja en el estilo visual que presentan los juegos occidentales.

Por último, Inafune también destaca un aspecto muy distintivo entre los jugadores japoneses y los estadounidenses/occidentales en lo que respecta al estilo de juegos que les atraen más:

Hablando a nivel cultural, la cultura japonesa está enraizada con firmeza en la agricultura de los campos de arroz, además de su estatus como isla-nación. Los japoneses quieren ser capaces de planear, de contar con una guía y de contar con concentración. Dicho de manera simple, los japoneses se muestran incómodos ante lo desconocido y el no entender el futuro.

Inafune hace referencia a esto debido a una comparativa entre la jugabilidad más orientada a la historia que a la exploración<sup>63</sup>, siendo este último género el predilecto entre el público occidental. Por lo tanto, las diferencias distintivas entre estadounidenses y japoneses dan lugar a que la búsqueda de homogeneidad del público de Nintendo no funcione aunque pueda resultar uno de sus objetivos principales.

### 3. Puntos de inflexión de la política de censura de Nintendo

Como ha quedado explicado en los anteriores apartados, el declive de la hegemonía de Nintendo en el mercado estadounidense entre 1985 y 1995 puede explicarse al destacar juegos específicos cuya situación excepcional dio lugar a una respuesta crítica por parte del público, tanto por el mercado objetivo como por el no objetivo. Las críticas, incluso, podían proceder del propio equipo

61 Más conocido por ser el diseñador de personajes de la serie *Megaman* (Capcom, 1987- presente) o el productor de la saga *Dead Rising* (Capcom, 2006-2014).

62 Kalata, Kurt. "East vs. West: Interview with Keiji Inafune and Hiroyuki Kobayashi", disponible en: <http://www.hardcoregaming101.net/eastvswest/eastvswest.htm> [Consultado el 28 de mayo de 2016].

63 En este caso, hace referencia al género conocido como 'sand-box', que consiste en un mundo abierto y no-lineal donde el jugador puede influir de manera directa sobre su entorno.

de desarrollo del juego, como muestra de disconformidad ante las políticas de distribución de Nintendo.

Tal y como consta en el índice de este trabajo, por tanto, se estudiarán los casos que se presentan a continuación de forma recapituladora:

- *Maniac Mansion* (1990, NES), de LucasArts Entertainment Company
- *Mortal Kombat* (1992, SNES), de Midway Games
- *Night Trap* (1992, Sega-CD), de Digital Pictures

El futuro de la industria estadounidense del videojuego en 1986 puede resumirse en la noticia publicada en el periódico *The Vindicator*<sup>64</sup>, titulada ‘Video games gain in Japan, are due for assault on U.S.’<sup>65</sup>. El artículo en cuestión trata sobre la llegada a EEUU de Nintendo y Sega, con la NES y la Master System, respectivamente, así como información técnica de sendas consolas. En este artículo encontramos dos testimonios de particular interés: unas declaraciones de Bruce Lowry, presidente de Sega of America; y otras de Hiroshi Yamauchi, presidente de Nintendo. Lowry declara que el interés de Sega radica en atraer al público “entre 19 y 27 años”, con el énfasis de que “es la gente descontenta por los productos de Atari y Coleco”. Por otra parte, Yamauchi afirma que “Atari fracasó porque las desarrolladoras *third-party* tenían demasiado margen de obra, por lo que el mercado estaba plagado de juegos mediocres”.

Apreciamos aquí dos enfoques distintos por parte de empresas japonesas como respuesta a la crisis del videojuego provocada por Atari: Sega opta por mejorar la calidad de los videojuegos en relación a Atari a nivel técnico, es decir, mediante la creación de una consola más potente que dé lugar a mejores gráficos en pantalla y mayor rendimiento, mientras que Nintendo opta por una política más restrictiva a nivel de desarrolladoras *third-party* para mejorar la calidad de los videojuegos en relación a Atari a nivel organizativo. Ambos puntos débiles de Atari se han explicado en anteriores apartados, aunque tanto Sega como Nintendo tuvieron dificultades a la hora de solventarlos por su cuenta. Dada la temática de este trabajo, las explicaciones detalladas de dichas dificultades estarán centradas en el caso particular de Nintendo de América, mientras que el caso de Sega de América servirá de contraste puntual.

### 3.1. El caso de *Maniac Mansion* (1987, NES) y la censura activa y pasiva

*Maniac Mansion* es, quizás, el caso más notorio de descontento entre desarrollador, LucasArts Entertainment Company, y distribuidora, Nintendo de América (mediante Jaleco). *Maniac Mansion*, juego original de Commodore 64 y Apple II (1987) pasó por un estricto control por parte de Nintendo de América a nivel de contenido, como era lo normal dentro del catálogo de la empresa japonesa durante estos años. Como describe Douglas Crockford<sup>66</sup>, programador para LucasArts durante esta

64 Takiff, Jonathan. “Video games gain in Japan, are due for assault on U.S.”, disponible en: <https://news.google.com/newspapers?id=QBhcAAAIBAJ&sjid=MIUNAAAAIBAJ&pg=2846,1271636> [Consultado el 15 de mayo de 2016].

65 Cuya traducción al español sería la de “Los videojuegos toman Japón, se espera su futuro asalto a América”.

66 Crockford, Douglas. “The Expurgation of *Maniac Mansion* for the Nintendo Entertainment System”, disponible en: <http://www.crockford.com/wrrrld/maniac.html> [Consultado el 24 de abril de 2016].



etapa, el trámite de publicación de un juego consistía en acabar el resultado, enviarlo a Nintendo de América y esperar a que comunicaran a la desarrolladora la cantidad de cartuchos que iban a producir, cuándo los harían y a qué precio se distribuirían. Esta respuesta se daba en caso de que el producto estuviera listo para salir a la venta y cumpliera con el decálogo de contenidos de Nintendo.

El caso particular de *Maniac Mansion* contó con el rechazo inicial por parte de Nintendo de América, que respondió de la siguiente manera a LucasArts<sup>67</sup>:

Nintendo of America has discovered the following problems with this program version:

1) There are several places in the screen text that could be felt to be offensive to NES players. Please ammend [sic] the following:

1.1. "For a good time EDNA 3444"

1.2. "getting your brains [sic] sucked out."

1.3. "Well, Mommy, I'm worried about him. Well, Mommy, I'm worried! He hasn't eaten in 5 years. YEAH, SO!!! and he's been bringing those bodies, and he carries those bodies to the basement at night." [sic]

2) Also, there are several places where nudity needs to be removed: the posters in the gym, and the statue in the hall.

3) There is also a reference at the end of the game to an "NES Scumm System" that we're not sure we understand. Please advise as to the meaning of this reference.

A continuación procederemos a explicar las razones tras estos cambios necesarios para el lanzamiento del juego. Las objeciones de Nintendo de América al contenido final de *Maniac Mansion* vienen motivadas por determinados temas polémicos en EEUU, particularmente los correspondientes al *innuendo* de carácter sexual en contenido orientado a todos los públicos. Como se puede ver en el texto, de los cinco fallos de contenido resaltados, tres son *innuendos*, dos de los cuales forman además parte de los escenarios del juego (1.1, 2). Es clave para entender el rechazo de Nintendo la explicación dada en el punto 1 de la respuesta, particularmente el uso de *offensive* para referirse al contenido en caso de que fuera lanzado al mercado sin la pertinente modificación.

*Maniac Mansion* contó con un lanzamiento adicional entre el original de 1987 para Commodore 64 y Apple II y el *port* para NES de 1990 publicado en EEUU (también para Europa, en 1992): la adaptación para Famicom en 1989 en exclusiva para Japón. Hay que distinguir estas tres versiones entre sí, pues ninguna de ellas es una adaptación directa de su respectivo predecesor, sino que cuentan con una cantidad notable de contenido modificado a nivel gráfico y de jugabilidad.

Por una parte, el *Maniac Mansion* original de 1987 es, comparado con los otros dos, la versión más completa y sin censura publicada de manera oficial. Palabras ofensivas, *innuendos*, violencia gráfica y verbal o contenido explícito existen en esta edición del juego publicado por Lucasfilm Games tal y como lo concibió Ron Gilbert, director del proyecto. *Maniac Mansion* supuso un cambio notable dentro del género de las aventuras gráficas al ser uno de los primeros juegos que contaban con un control totalmente basado en el uso del cursor del ratón y un punto de inflexión para juegos futuros

67 Crockford, "The Expurgation of *Maniac Mansion*...".

de la misma compañía como *Loom* (1990) o la saga de *Monkey Island* (1990-2009), que terminarían de definir el subgénero *point & click*<sup>68</sup> dentro de las aventuras gráficas. Se entiende, por tanto, que fue un juego que causó cierto impacto en el mundo de los videojuegos en ordenador, impresión que no tuvo lugar de manera equivalente en sus posteriores versiones para consola.

Antes de explicar esta afirmación, hay que mencionar que las versiones *port* (aunque de manera un tanto libre) publicadas para Famicom y NES no fueron las únicas ni las más inmediatas al lanzamiento original de 1987. En 1988 se publicaron hasta cuatro versiones adaptadas de *Maniac Mansion* para la Commodore Amiga, la Atari ST y dos distintas para el IBM PC<sup>69</sup>, que suponían una gran mejora a nivel gráfico con resolución doble y escenarios más detallados, así como cambios mínimos a la idea original. Apreciamos aquí la idea principal de las adaptaciones a sistemas más avanzados: la mejora del producto original mediante los recursos de las nuevas tecnologías. La cuestión implícita aquí es que hablamos de un juego publicado sin restricciones por una compañía americana para público americano y para múltiples plataformas. El juego, en todas sus versiones, conserva por lo general el mismo contenido exacto salvo diferencias técnicas puntuales, que no influyen en la idea original en sí. No obstante, cuando Nintendo, tanto en su división japonesa como en la norteamericana, publica el juego, nos encontramos con que no es una adaptación del contenido original, sino un rediseño de éste.

La primera versión supervisada por Nintendo se publica en Japón en 1989 tras ser desarrollada por la compañía Jaleco. En esta versión existen cambios sustanciales a nivel gráfico: los personajes han sido redibujados para tener una apariencia más dulce y amigable, se han localizado varios componentes del juego (como la divisa, que pasa a ser en yenes<sup>70</sup>, o la inserción de un buzón de estilo japonés) y hay algunos cambios a nivel de jugabilidad, como la opción de resaltar los objetos interactuables de los escenarios o la desaparición de la posibilidad de guardar partida de manera normal, pasando a tener que introducir una contraseña de 104 caracteres para realizar esta acción.



Fig. 2: *Maniac Mansion* para Famicom y NES, respectivamente.

68 El subgénero *point & click* dentro del género de las aventuras gráficas hace referencia a aquellos videojuegos cuya jugabilidad está limitada a la interacción del cursor del ratón con los elementos del escenario.

69 Aunque no simultáneas, sí que fueron publicadas en el mismo año. La primera versión de IBM PC es prácticamente igual a la original, con la excepción de una peor calidad de sonido por limitaciones del propio sistema, limitaciones que también se daban en la versión original para Apple II. La segunda versión para IBM PC es equivalente a las de Commodore Amiga y Atari ST, aunque también contaba con limitaciones por hardware a nivel de sonido.

70 En el original era un 'dime', es decir, una moneda de diez centavos de dólar.

Los cambios del juego, por lo general, dan lugar a un rendimiento técnico peor, con varios fallos de programación relacionados con el entorno del personaje. No obstante, lo más destacable de la versión japonesa de *Maniac Mansion* es el cambio estético, la conversión a la apariencia mona dejando atrás el ambiente terrorífico o retorcido característico del juego original (Figura 2).

Japón, como país particular, tiene un enfoque enfático en lo que respecta a lo que se conoce como la estética *kawaii*, cuya traducción al español sería “mona”. De acuerdo con Akira Miura y Naomi McGloin, “el término *kawaii* se empleaba únicamente para describir bebés, animales pequeños y muñecas, pero recientemente ha pasado a ser representativo de la cultura pop japonesa”<sup>71</sup>. Por otra parte, esta corriente resultaría determinante en años posteriores al lanzamiento de *Maniac Mansion*, cuando juegos como *Pokémon* (Nintendo, 1995), orientados al público de niños, marcan un punto de inflexión en la industria del videojuego japonés. La antropóloga Anne Allison<sup>72</sup> explica que el éxito de Japón en un mercado tradicionalmente dominado por los estadounidenses está vinculado a dos cuestiones que los japoneses llevaron a cabo tras su llegada:

- Disponer de capital masivo
- Una fórmula creativa capaz de expandirse

He aquí por qué podría considerarse que *Pokémon* supone un golpe sobre la mesa en su lanzamiento internacional: cuenta con una gran inversión económica por parte de Nintendo y una fórmula que resulta revolucionaria para la época, al innovar tanto en el género de los role-playing games como en la jugabilidad de portátiles. No obstante, el éxito de *Pokémon* también radica en un factor cultural llevado a cabo a propósito por parte de Nintendo: la idea previamente explicada de *kawaiisa*<sup>73</sup> (可愛さ/*cuteness*/monería). Este término, de significado diverso, hace en este caso referencia al apego emocional con creaciones o criaturas imaginarias que apelan tanto a la infancia como a la cultura tradicional japonesa. Por lo tanto, hablamos de una idea sustentada en una base cultural nacional, en principio inadaptable para Occidente. De este modo, nos encontramos con el caso de *Maniac Mansion*, donde se opta por un estilo *kawaii* que supuestamente no cuajaría si se adaptara del mismo modo en EEUU. Aun así, sirve para apreciar el enfoque hacia el que caminaba la industria japonesa, en lo que diez años después daría lugar a *Pokémon* y, por tanto, la plena expansión internacional de los conceptos *kawaii/kawaisa* para el público infantil occidental.

A modo de contraste con toda esta realidad de Japón, nos encontramos con la versión publicada en 1990 en territorio estadounidense. Esta adaptación fue desarrollada por RealTime Associates y distribuida también por Jaleco, tras haber pasado el control de calidad de Nintendo de América. Pese a la implicación de Jaleco en ambos proyectos de Nintendo, los juegos publicados para Famicom y NES tienen bastantes diferencias entre sí, de carácter incluso cultural.

A partir de lo expuesto anteriormente podría argüirse que, en comparación a la localización al mercado japonés de este mismo juego, la adaptación americana para NES es el resultado de censura activa; de la intervención de un tercero en contenido diseñado de antemano. Desde RealTime Associates toman el juego original y, en colaboración con LucasFilm, adaptan el apartado

71 Velgus, Justin. “When *Kawaii* (Cute) Becomes *Kowai* (Scary) : Cuteness Overload in Japan”, disponible en: <http://injapan.gaijinpot.com/play/culture/2012/11/14/cuteness-overload-in-japan> [Consultado el 4 de mayo de 2016].

72 Allison, Anne. “Portable monsters and commodity cuteness: *Pokémon* as Japan’s new global power”, *Postcolonial Studies*, Vol. 6, No. 3, 2003.

73 Aunque anteriormente nos hemos referido al término como “*kawaii*”, en japonés se emplea como adjetivo, por lo que para el compendio cultural relativo a este término hemos optado por la sustantivización “*kawaiisa*”. Aun así, hacen referencia a la misma idea.

técnico a los requisitos de la NES, tales como los controles, los gráficos en pantalla o los efectos de sonido. Cuando Nintendo de América responde al prototipo inicial presentado para ser publicado, exigen el recorte de elementos presentes en la versión japonesa lanzada un año antes. Al margen de los puntos 1.3 y 3, la mayor fuente de problemas es el nudismo y el carácter sexual de ciertas conversaciones.

Entre 1987 y 1990, EEUU contó con varias polémicas relacionadas con la pornografía que acabaron llegando a los tribunales. El primer ejemplo lo encontramos en el juicio *State v. Henry*<sup>74</sup> cuyo contexto criminal es debido a que el acusado, Earl Henry, dueño de una librería para adultos, fue multado con 2000\$ y condenado a 60 días de cárcel con cargos de obscenidad, concretamente por posesión y distribución de material considerado como indecente. Esta decisión fue recurrida por la Unión Estadounidense por las Libertades Civiles<sup>75</sup>, lo que dio lugar al juicio contra el estado, que tuvo lugar en 1987. El tribunal falló en favor de Henry y se determinó que era libre de distribuir dicho contenido, tal y como constaba en la constitución estatal del estado de Oregón. Como declaró el juez Robert C. Jones, “en este estado cualquier persona puede escribir, imprimir, leer, decir o vender cualquier cosa a un adulto con su consentimiento, al margen de que dicha acción pueda considerarse ‘obscena’ a nivel general o universal”<sup>76</sup>.

El segundo ejemplo tuvo lugar en 1990, tras la detención del director del Museo de Arte de Cincinnati, Dennis Barrie, debido a la exhibición de fotografías ofensivas en la exposición *The Perfect Moment* creada por el fotógrafo estadounidense Robert Mapplethorpe, fallecido un año antes. Mapplethorpe fue un artista bastante polémico en vida, debido a los límites moralmente aceptados que alcanzaba para la época a la hora de expresarse en sus obras. Entre los trabajos denunciados, se encontraban representaciones fundamentalmente relacionadas con el sadomasoquismo y la homosexualidad. No obstante, el recurso acabó fallando en favor de Mapplethorpe/Barrie, al considerarse que las obras expuestas en el Museo de Arte de Cincinnati eran, efectivamente, creaciones de carácter artístico<sup>77</sup>.

Nos encontramos, por tanto, con un contexto histórico en el que la libertad de expresión artística y audiovisual es cuestionada por la moral predominante en lo referente a contenido sexual, más aún si ello conlleva una carga crítica hacia terrenos como la religión católica<sup>78</sup>. Bajo este contexto polémico y, con una licencia cargada de humor ácido como era *Maniac Mansion*, bien es posible que Nintendo de América se viera motivada a eliminar todo contenido que implicara nudismo o referencias sexuales, con el fin de evitar demandas judiciales o publicidad de carácter negativo que diera lugar a pérdidas económicas. Esta cuestión, sumada a la edad del público objetivo principal sobre el que se desarrollaba el catálogo de NES, daba lugar a una mayor sensibilidad en el asunto y, por tanto, a un control más exhaustivo en lo referente a contenido para adultos. Esta problemática

74 Es decir, el Estado (en este caso, de Oregón) contra Earl Henry.

75 Organismo sin ánimo de lucro dedicado a defender los derechos y las libertades de los ciudadanos estadounidenses.

76 Traducción propia de <http://www.nytimes.com/1987/04/15/us/oregon-court-broadens-free-speech-rights.html>

77 Fritscher, Jack. *What Happened When: Censorship, Gay History & Mapplethorpe*. Fitzroy Dearborn Publishers, 2002.

78 Con el caso destacable de la obra *Piss Christ* del fotógrafo estadounidense Andres Serrano. La obra en cuestión fue publicada en 1987 y consiste en la representación de un crucifijo de plástico sumergido en un bote con la orina del propio Serrano. Esto dio lugar a amenazas de muerte, denuncias y vandalismo hacia la obra por parte de círculos cristianos descontentos. En 2011, *Piss Christ* fue víctima de actos de vandalismo que provocaron deterioros irreversibles a la obra “con un pico o un martillo”, que estaba expuesta por entonces en el Museo de Arte de Avignon en Francia. (Fuente: <http://www.reuters.com/article/us-france-art-idUSTRE73H4JR20110418>)

no tenía lugar en las versiones para ordenador publicadas anteriormente, pues el mercado no estaba tan acotado a un público menor de edad ni dichos sistemas habían tenido un impacto comercial tan elevado como había alcanzado la NES.

El otro apartado relevante de la respuesta de Nintendo de América es el trato al contenido violento (aunque ahondaremos más en esto con el ejemplo de *Mortal Kombat*) que aparecía en *Maniac Mansion* y que debía ser retirado. En este caso nos referimos al punto 1.3., que hace referencia al carácter caníbal de uno de los personajes del juego. Este rasgo, que bien podría ser tildado también como ‘obsceno’, supone un punto de inflexión por dos cuestiones fundamentales:

1. Es un reflejo representativo de la política de censura de Nintendo mal aplicada
2. La violencia es, junto al sexo, el tema más controvertido dentro de los videojuegos

Respecto al punto 1, se debe principalmente a un fallo de revisión en la cadena de distribución de *Maniac Mansion*, ya que Nintendo de América se olvidó de solicitar el cambio de uno de los momentos más violentos del juego: cuando el jugador tiene la opción de meter a un hámster vivo en un microondas y recalentarlo hasta que explote. El gráfico de este momento es también explícito, al mostrar los trozos del hámster, así como salpicaduras de sangre en torno a éste (Figura 3).

Este fallo de revisión por parte del departamento de control de calidad de Nintendo no pasó desapercibido ni para el público<sup>79</sup> ni para la compañía en sí, que tras la distribución inicial de 250.000 copias del juego de la mano de Jaleco, optó por lanzar al mercado una versión corregida del juego en la que no apareciera esta opción. Crockford se refirió a este episodio como un ejemplo de la arbitrariedad de la política de censura ejercida por Nintendo de América.



Fig. 3: Escena del hámster de *Maniac Mansion*.

Por otra parte, el punto 2 viene dado por la misma percepción de ‘obscenidad’ con la que se ve a las representaciones de sexo en esta época, como queda manifiesto en el decálogo de Nintendo y su énfasis en prevenir todo atisbo de violencia salvo excepciones específicas indicadas anteriormente. A diferencia del contenido sexual, que ha mantenido una tendencia invariable en cuanto a polémica, las quejas y protestas contra los videojuegos con elevada carga violenta han ido a más con el tiempo, con casos modernos destacables como la saga *Manhunt*<sup>80</sup> (2003-2007, Rockstar Games), la saga *Grand Theft Auto*<sup>81</sup> (1997- actualidad, Rockstar Games), el juego *Hatred*<sup>82</sup> (2015, Destructive Creations) o la saga *Mortal Kombat* (1992-actualidad, Midway Games), a destacar en esta última el primer juego, publicado en 1992 y que trataremos a continuación, así como el más reciente, publicado en 2015

<sup>79</sup>Kalata, Kurt, “*Maniac Mansion*”, disponible en: <http://www.hardcoregaming101.net/maniacmansion/maniacmansion.htm> [Consultado el 4 de mayo de 2016].

<sup>80</sup> La saga *Manhunt* es particularmente controvertida, pues la primera entrega, publicada en 2003, estuvo relacionada con un caso de asesinato entre menores al considerarse que dicho juego había “condicionado” la mente del perpetrador Warren Leblanc, de 17 años. Esta afirmación, realizada por parte de la madre de la víctima, Stefan Pakeraah, de 14 años, fue finalmente desestimada por la policía de Leicester ([http://news.bbc.co.uk/2/hi/uk\\_news/england/leicestershire/3538066.stm](http://news.bbc.co.uk/2/hi/uk_news/england/leicestershire/3538066.stm)). La segunda entrega, por su parte, contó con una demanda reconventional de Jack Thompson, activista y abogado actualmente inhabilitado, a Take-Two (distribuidora del juego) por múltiples violaciones de la ley RICO (<http://www.gamespot.com/articles/thompson-countersues-take-two/1100-6167843>). Finalmente, Thompson y Take-Two alcanzaron un acuerdo para no llegar a los tribunales.

para PS4, Xbox One y PC. Todos estos ejemplos citados han creado gran controversia, que ha dado lugar a diversas decisiones políticas, sociales o económicas en el mercado estadounidense, o incluso a nivel internacional. Aunque durante la época de NES no hubo casos especialmente polémicos, Nintendo se guiaba por la misma idea de prevención a partir del mercado y la sociedad de la época que con el caso del contenido sexual. El canibalismo, por tanto, al ser una práctica particularmente mal vista dentro de los crímenes de homicidio, fue censurado por Nintendo aunque en la historia original sólo estuviera insinuado y sin representación gráfica directa.

### 3.2. El caso de *Mortal Kombat* (1992, SNES) y la caída de Nintendo frente a la competencia

La problemática de la censura a *Maniac Mansion* surge a raíz de tanto su incongruencia como de los límites que se marca Nintendo de América respecto al mercado. No obstante, el monopolio de la empresa japonesa en EEUU a nivel de consolas duraría unos años más, hasta el gran punto de inflexión que supuso el lanzamiento de *Mortal Kombat* en 1992, en lo que sería el comienzo de una de las sagas más populares del género de lucha.

Dos años antes, Nintendo había reafirmado su dominio en EEUU con el lanzamiento de la Super Nintendo Entertainment System (SNES), una mejora sustancial con respecto a la NES y correspondiente a la cuarta generación de videoconsolas, donde rivalizaban con empresas como NEC (TurboGrafx-16, 1989), Sega (Sega Genesis, 1989) o más tarde SNK (Neo Geo CD, 1995), de origen japoneses. Nos encontramos, por tanto, con que tras el abandono temporal de la carrera de consolas de sobremesa por parte de Atari, el mercado estadounidense está totalmente dominado por Japón, tanto con empresas veteranas como Nintendo o Sega, como con empresas que buscan hacerse un hueco en este mercado internacional, como NEC o SNK.

Aunque el juego original, lanzado para máquinas arcade en 1992, fue desarrollado por Midway Games, la adaptación a SNES corrió a cargo de Sculpture Software como desarrolladora y Acclaim como distribuidora. Por otra parte, en Midway también estaba interesados en una adaptación para la Sega Genesis, por lo que encargaron el desarrollo del proyecto a la empresa Probe, bajo también la distribución mediante Acclaim.

La adaptación venía motivada por el interés de Midway en superar a la saga *Street Fighter*, por lo que, con un enfoque mayor en la historia y énfasis en la carga violenta del juego, esperaban competir contra Capcom, desarrolladora de la saga, a nivel de ventas. No obstante, el factor violento era un gran problema para la política de censura de Nintendo, por lo que se optó por una solución considerada como “ridícula” por parte del público<sup>83</sup>.

Este remedio se aplicaba a las salpicaduras de sangre que soltaban los personajes cuando recibían un golpe (como un puñetazo, tal y como se aprecia en la Figura 4), ya que mientras que en la versión original las manchas eran de color rojo, en la adaptación para SNES pasaban a ser de color gris, en lo que se conoció de manera popular como “sudor”. Como las salpicaduras, además, eran bastante

81 A lo largo de su trayectoria, la saga *Grand Theft Auto* ha contado con múltiples denuncias o quejas, por contenidos como violencia excesiva, tortura, tráfico de drogas, nudismo completo, minijuegos que implican representaciones directas de sexo, conducción bajo los efectos de sustancias psicotrópicas, racismo, sexismo y como supuesto motivante de crímenes reales de violencia.

82 Juego inicialmente retirado de los portales digitales de distribución Steam y GOG.com, aunque tras disculpas públicas del fundador de Valve, Gabe Newell, se permitió finalmente su lanzamiento en la primera plataforma mencionada, mientras que la prohibición sigue vigente en la segunda.

83 Barnholt, Ray, “Purple Reign, 15 Years of the Super NES: The Faves and Fights that Surrounded the 16-Bit King”, disponible en: <http://www.1up.com/features/15-years-snes?pager.offset=0> [Consultado el 8 de mayo de 2016].



Fig. 4: Comparativa gráfica de *Mortal Kombat*, en Genesis y SNES.

abundantes y de tamaño notable, el hecho de que pasaran a ser “sudor” le daba un toque cómico al juego, en vez del aspecto *gore* que se buscaba en la serie. Del mismo modo, los movimientos insignia de *Mortal Kombat*, los conocidos como *fatalities*, que pasaron a llamarse *finishing moves* y a estar mucho más suavizados.

Es un caso, por tanto, en el que la censura elimina uno de los factores distintivos que caracterizan a un juego. Esto ya se podía apreciar anteriormente con el caso de *Maniac Mansion*, donde tanto la versión estadounidense como la japonesa publicadas para Nintendo no contaban con la misma ambientación que sí tenía la versión original, debido a retoques gráficos y textuales. No obstante, *Maniac Mansion* era un juego orientado a un público específico debido a su cantidad de texto y puzzles, mientras que *Mortal Kombat* aspiraba a una audiencia mucho mayor, englobando incluso al público de corte “casual”.

Aunque por lo general la versión de SNES era mejor que la de la Sega Genesis en términos comparativos, particularmente a nivel gráfico (en personajes y escenarios) o una jugabilidad más intuitiva, el público general se decantó finalmente por la versión desarrollada por Probe debido a la censura de la violencia extrema de la que hacía gala *Mortal Kombat*. Aunque el filtro de Nintendo había sido polémico en el pasado para desarrolladores y público, nos encontramos en el punto de inflexión donde incluso el mercado rechaza el propio patrón por el que se regía el departamento de control de calidad de Nintendo de América hasta ahora. Los jugadores pasan a elegir activamente aquel juego que, aunque de calidad inferior, es más puro en comparativa a la versión original. Es, a modo de protesta, una forma nacional de decirle a Nintendo que sus políticas en cuanto a censura están desfasadas, que es necesario renovarse si no quieren acabar perdiendo frente a la competencia.

La disonancia cognitiva dada aquí, al publicar juegos orientados a público adolescente y adulto bajo un baremo infantil, es una muestra para el público de que quien quiera jugar a videojuegos de un corte maduro sin adulterar, debe olvidarse de Nintendo y buscar una consola de sobremesa o un formato donde la intención original del autor se respete en la medida de lo posible<sup>84</sup>. La segunda capa de filtración de videojuegos que aplicaba Nintendo con éxito notorio en la época de NES, por tanto, queda obsoleta bajo el público formado por nuevas generaciones criadas en una sociedad distinta a la de la década de los 80. Mientras que Sega sabe dar este paso y muestra *Mortal Kombat* por el juego que fue concebido de manera originaria, Nintendo no se adapta a los tiempos y su moral choca directamente con los resultados de mercado. Esta tendencia continúa hasta 1995, momento en el que Sony entra en EEUU con su PlayStation y acaba del todo con la hegemonía de la empresa de Hiroshi Yamauchi.

<sup>84</sup> Esto es, contenido que se adapte primero a las limitaciones técnicas de las consolas de la época, y segundo, contenido que se adapte a las leyes de la época.

La pregunta que cabe hacerse, así pues, es a nivel psicológico: ¿qué diferencia existe entre la generación estadounidense de los 80 y la de los 90? Tan sólo en siete años, desde el momento en el que la NES es lanzada en el mercado de EEUU, hasta el momento en el que se publica *Mortal Kombat* para SNES, ha habido un cambio demográfico donde la censura inicialmente tolerada y criticada a la vez, pasa a ser rechazada desde un plano además creativo. Dos puntos nos permiten entender este cambio, esta situación desigual, que son los siguientes:

1. La aparición de una alternativa que, si no mejor, aporta una necesidad que se había dejado atrás por la carencia de posibilidades
2. Las circunstancias excepcionales que distinguen la mentalidad de la generación de la década de los 90 de la de los 80

Ambas razones, fundamentalmente de carácter psicológico, serán estudiadas a continuación con el fin de justificar este cambio de mentalidad por parte del público, teniendo en cuenta las audiencias objetivo tanto por parte de Nintendo como de Sega.

El primer punto es relativamente conciso, pero aun así no puede ser obviado dado el componente cíclico con el que cuenta. Este punto, más histórico que psicológico, es atribuible a la alternancia entre austeridad y frugalidad, entendiendo ambos conceptos como grados de flexibilidad en lo pertinente a materia de carácter económico o cultural. De este modo, la etapa en la que Atari es la empresa referente del mercado de videoconsolas de EEUU se entiende como una etapa de frugalidad. Este exceso, dado a partir de la libre distribución sin medida con contenido de escasa calidad, genera de manera gradual una burbuja que termina por reventar una vez la situación es insostenible en términos de audiencia.

Cuando Nintendo se incorpora al mercado norteamericano, lo hace tras estudiar el panorama local, en plena crisis, a partir de lo cual analiza el modelo que ha ido empleando Atari y decide paliar los puntos débiles que han originado esta problemática. La respuesta de Nintendo, pues, consiste en adoptar políticas centralizadoras vistas como estrictas en cuanto a la distribución de su contenido y la calidad de éste. Los contras de esta centralización, desde el punto de vista de las desarrolladoras, era la de que pasar por el control de calidad de Nintendo era un mal necesario si se quería llegar a un público amplio que no podía obtenerse con consolas de otras compañías, como explicaba en el apartado anterior Crockford con respecto a *Maniac Mansion*. Posteriormente, el “mal necesario” pasa a ser superado por la competencia, que ofrece a los creadores mayor fidelidad al contenido original en las adaptaciones y mayor libertad de acción para juegos desarrollados para sus consolas. De este modo, entendemos el declive de la hegemonía de Nintendo de América como una cuestión fundamentalmente económica dada la incapacidad de adaptarse al mercado cambiante del que trata el punto dos.

Cuando hablamos de circunstancias excepcionales distintivas a nivel generacional, nos referimos a las diferencias culturales y circunstanciales en base a las que se cría una cantidad determinada de la población que comparte un mismo origen territorial o un mismo origen cronológico (esto es, décadas de nacimiento). Aunque la generación de la década de los 80 y la de los 90 van de la mano en el concepto social conocido como *millennials*, lo que queremos exponer en este trabajo son rasgos distintivos que justifican el cambio de actitud para con la política de censura de Nintendo, rasgos que están motivados por circunstancias muy específicas.

Los videojuegos, tanto a nivel de hardware como de software, no dejan de ser uno de los eslabones finales de la modernización tecnológica generada tras la Segunda Guerra Mundial, como uno de los efectos consecuentes de la reestructuración de los países que participaron en ésta, particularmente Japón. La velocidad vertiginosa a la que se desarrolla, además, supone un cambio notable a nivel



de contenido, al buscar el explotar lo más posible los límites marcados ya sea a nivel de narrativa<sup>85</sup>, gráfica, jugabilidad o duración<sup>86</sup>. En un contexto tan cambiante, donde se innova en tantos campos de forma tan dispar, debe haber en consecuencia una generación que se adapte a dichos cambios, que dé lugar a su vez a más cambios y vea con perspectiva el pasado a fin de contraste.

Es en este contraste donde se entiende por qué entre 1985 y 1992 la hegemonía de Nintendo decayó: cuando *Mortal Kombat* llega al mercado con el mismo baremo censor que otros juegos previos, cuando la censura es más evidente al contrastarse con la versión de Sega Genesis, es entonces cuando los factores acumulados por los años convergen en un punto único en el tiempo como es *Mortal Kombat* y dan paso a la entrada de Sony.

*Mortal Kombat*, como uno de los juegos más violentos de todo el mercado de la época, da pie a uno de los factores generacionales acumulados: la desensibilización sistemática en lo concerniente a violencia. Como afirma Scott Brantner, de la Universidad de California, Berkeley, “en la América contemporánea, una audiencia mucho mayor es testigo de más actos de violencia que lo que pudieran imaginarse incluso en la Roma antigua”<sup>87</sup>. Aunque el enfoque particular con el que Brantner concluye su artículo está enfocado en especial a los sucesos relevantes a nivel histórico acaecidos en el siglo XXI (los atentados del 11 de septiembre de 2001, la Guerra de Irak de 2003, etc), también es aplicable al siglo XX con casos como la Guerra del Golfo (1990-1991)<sup>88-89-90</sup>. EEUU tiene, además, características sociales propias que no comparte con todos los países, como el derecho a la tenencia de armas, reconocido en la constitución nacional bajo la Segunda Enmienda<sup>91</sup>.

Encontramos, pues, peculiaridades en la sociedad estadounidense que dan pie a una desensibilización sistemática en materia de violencia, tanto por hábito, conocimiento como circunstancias inherentes a la generación de los 90. No obstante, dichas características no se dan en la sociedad japonesa, donde la tenencia de armas no es un derecho y el único ejército con el que cuentan son las Fuerzas de Autodefensa, adscritas al artículo 9 de la constitución japonesa<sup>92</sup>. La sociedad japonesa de la década de los 90 no contó con conflictos bélicos como EEUU, aunque sí tuvo la problemática de la “Década

85 Hay diversos proyectos de forma más reciente como *The Stanley Parable* (Galactic Café, 2011) o *The Beginner's Guide* (Everything Unlimited Ltd., 2015) con los que ha surgido el debate sobre qué es lo que compone un videojuego o dónde está el límite entre videojuego y programa interactivo.

86 También ha cobrado fuerza de forma reciente la idea de “rejugabilidad” de los juegos, es decir, la cantidad de veces que un jugador puede experimentar una serie o un lanzamiento único sin que la repetición cause agotamiento o tedio. Para esto, se hace énfasis en lo conocido como “*endgame*”, término empleado para definir aquello que hay después del final normal del juego, como jefes especiales o contenido exclusivo. Ejemplos de series enfocadas en el “*endgame*” son *Disgaea* (Nippon Ichi Software, 2003-????) o *The Binding of Isaac* (Edmund McMillen/Florian Himsl, 2011).

87 Brantner, Scott. *Desensitization to Violence in Ancient Rome and Modern America*. University of California, Berkeley, 2014.

88 Que, aunque resulte la más representativa, no era el único intervencionismo militar llevado a cabo por parte de EEUU., pues entre 1990 y 1995 también tuvieron lugar la Guerra Civil Somalí (etapa 1992-1995), la Guerra de Bosnia (1992-1995) y la Operación “Uphold Democracy” en Haití (1994-1995).

89 Del mismo modo, autores de la época como Van der Voort llevan a cabo estudios sobre la relación entre la violencia televisiva y el aumento de violencia por parte de los niños espectadores. Van der Voort, por ejemplo, contempla la posibilidad de que “no todos los niños tienen que ser susceptibles al efecto agresivo-estimulante de los programas violentos”.

90 Van der Voort, T.H.A. *Television Violence: A Child's Eye View*. Elsevier Science Publishers, 1988.

91 “Siendo necesaria una milicia bien ordenada para la seguridad de un Estado libre, el derecho del Pueblo a poseer y portar armas no será infringido.”

Perdida”, una crisis económica fruto de la burbuja inmobiliaria que implicó a una generación entera. De hecho, recientemente se considera que la “Década Perdida” no comprende solamente los años entre 1991 y 2000, sino que también abarca la década del 2000 al 2010, debido a que Japón no consiguió recuperarse de dicha crisis. Aun así, el grado de desensibilización a la violencia también va en aumento, aunque no al mismo nivel que en EEUU. Este fenómeno va parcialmente de la mano de la globalización y el acceso a Internet y nuevos focos de información, por lo que es, de forma conclusiva, una consecuencia de la modernización.

### 3.3. El caso de *Night Trap* (1992, Sega-CD): ESRB como consecuencia

Hemos visto, por tanto, el ejemplo de *Maniac Mansion* con el fin de aportar contraste a la etapa de hegemonía incuestionable de Nintendo de América en el mercado estadounidense, así como el caso de *Mortal Kombat* como inicio del declive de este liderazgo económico. Aun así, queda analizar el momento transitorio donde el control de calidad de Nintendo deja de ser el único baremo de regulación, para pasar a contar con el *Entertainment Software Rating Board* (ESRB) en 1994, en lo que supone un gran cambio a nivel distributivo en el mercado estadounidense.

El ESRB surge como una necesidad ante la situación inestable que tenía lugar a principios y mediados de la década de los 90, particularmente en 1992, cuando incluso después del *Mortal Kombat* surgen ejemplos idóneos para explicar esta crisis que daría lugar a la organización imparcial de control de calidad que es hoy en día el ESRB. Uno de estos ejemplos, bastante ilustrativo de manera individual, es *Night Trap* (Digital Pictures, 1992) publicado para la Sega-CD, periférico de la Sega Genesis. Pasamos a hablar, por tanto, de un juego que no ha sido publicado, desarrollado o revisado por Nintendo de América, sino por su competidora inmediata, Sega.

*Night Trap* es, de forma teórica, el motivo de un cambio en la propia base de la industria del videojuego en EEUU. El juego, que trata sobre un grupo de mujeres perseguidas por seres vampíricos conocidos como *augers*, corresponde al género de película interactiva, con la peculiaridad de que las escenas del juego estaban representadas por actores y actrices reales. La popularidad de *Night Trap* en el mercado estadounidense fue una bola de nieve que aumentó de forma gradual hasta tener repercusión directa a nivel legislativo<sup>93</sup>. Se considera que los juegos que provocaron la creación del ESRB fueron, además de *Night Trap*, *Mortal Kombat*, *DOOM* (id Software, 1993) y *Lethal Enforcers* (Konami, 1992).

En el caso de *Night Trap*, contó con críticas que acusaban su sexismo, su elevada violencia, así como escenas concretas del juego como la “escena del camisón”, donde una mujer vestida con uno tildado de “revelador” era secuestrada por tres individuos enmascarados que la agarraban y le clavaban una jeringuilla en el cuello para extraerle la sangre. Esta escena, entre otras, fue considerada como demasiado explícita por el público, lo que dio lugar a la retirada del juego del mercado hasta que Sega publicara una versión censurada<sup>94</sup>.

Como describen André Caron y Ronald Cohen, “la controversia originada a partir del realismo del contenido de varios juegos dio lugar a una serie de audiencias en EEUU entre 1992 y 1993. Como

92 “Aspirando sinceramente a una paz internacional basada en la justicia y el orden, el pueblo japonés renuncia para siempre a la guerra como derecho soberano de la nación y a la amenaza o al uso de la fuerza como medio de solución en disputas internacionales. Con el objeto de llevar a cabo el deseo expresado en el párrafo precedente, no se mantendrán en lo sucesivo fuerzas de tierra, mar o aire como tampoco otro potencial bélico. El derecho de beligerancia del estado no será reconocido.”

93 O’Holleran, Jeffrey. *Blood Code: The History and Future of Video Game Censorship*. University of Colorado, 2010.

94 Egenfeldt-Nielson, Simon, Jonas Heide Smith, y Susana Pajares Tosca. *Understanding Video Games: The Essential Introduction*. Routledge, 2008, p.165.

consecuencia de estas citaciones, a la industria del videojuego se le puso un año como plazo límite para desarrollar su propio sistema de clasificación”<sup>95</sup>. La mala gestión de las empresas japonesas respecto a la organización de su contenido ha llegado a tal escala que el gobierno de los EEUU tiene que intervenir debido a la relevancia comercial que han adquirido los juegos en cuestión. Es un momento que podría equipararse a la década de los 80, cuando Atari alcanza un punto en el que la audiencia pierde interés y la calidad del producto final es cuestionable, para que tan sólo una década después, tanto Nintendo como Sega pasen por la misma situación de decaída y de productos cuya calidad de distribución queda en entredicho. La medida para resolver esto es, además, la misma: centralización de un tercero para garantizar la neutralidad y la calidad del contenido.

Es en este momento cuando las empresas optan de manera inicial para evitar esta repetición del ciclo. Para ello, Sega decide fundar en 1993 el *Videogame Rating Council* (VRC) que estaba compuesto por expertos de diversas materias como educación, psicología y sociología. La propuesta de Sega era la de dividir los videojuegos en tres estratos según la edad a la que estuvieran enfocados, siendo estas edades “para todos los públicos”, +13 y +17. Por su parte, 3DO lanzó el mismo año el *3DO Rating System* para su propia consola, con la diferencia de dividir al público en cuatro categorías: “para todos los públicos”, +12, +17 y “sólo para adultos”. Ambos sistemas, no obstante, acabaron por desaparecer en cuanto se implantó el ESRB, una catalogación mucho más compleja y que comprendía una amplia gama de público y señalización de contenido polémico. A continuación realizaremos una comparativa entre ambos controles de calidad.

#### 4. ESRB, CERO y Nintendo: sobre lo moralmente correcto

A mitad de la década de los 90 se da un fenómeno cultural que no había tenido precedentes en la historia de la industria de los videojuegos: la simultaneidad de las posibilidades de control de calidad. Con esto no referimos a los diversos programas existentes en el mismo periodo de tiempo para evaluar un juego cuyo siguiente paso es ser publicado en el mercado de su respectivo país. Como habíamos mencionado antes, empresas como Sega o 3DO ya habían llevado a cabo la creación de programas para mantener un control pleno sobre la calidad de sus productos, pero ambos modelos quedaron desfasados con el ESRB en lo que respecta a EEUU. Varios años después, en 2002, pasaron a contar en Japón con CERO, siglas de *Computer Entertainment Rating Organization* (特定非営利活動法人 コンピュータエンターテインメントレーティング機構, *Tokutei Hieiri Katsudō Hōjin Konpyūta Entāteinmento Rētingu Kikō*), que tomaba como referente el ESRB estadounidense.

A nivel cultural, por tanto, se presenta la siguiente situación: varias empresas japonesas intentan desarrollar un control de calidad a partir de su entendimiento del público objetivo, fracasan en su intento de hacer que persevere, el gobierno de EEUU interviene en las políticas de las empresas japonesas, se crea un comité ajeno a la subjetividad de éstas (el ESRB) y ante el éxito de la medida aplicada en dicho país, siete años después se funda en Japón un comité de control de calidad fundamentado bajo las mismas ideas que el ESRB, pero adaptándolo al mercado japonés y el público de éste.

A nivel histórico, el intervencionismo inicial que realiza Japón en EEUU con respecto a los controles de calidad da lugar a una segunda crisis que resulta en los roles invertidos donde la industria de EEUU pasa a influir también en el mercado japonés, en lo que se entiende como un proceso de globalización del videojuego a través de la revisión de contenidos. Este cambio de roles no es

95 Caron, Andre, y Ronald Cohen. *Regulating Screens: Issues in Broadcasting and Internet Governance for Children*. McGill-Queen's University Press, 2013.

casualidad, pues el ESRB era una versión mejorada y más detallada de aquello que Nintendo llevaba a cabo de forma ineficaz entre 1985 y 1993. Toda la subjetividad que se pudiera ver en el control de calidad de la empresa japonesa, así como sus preocupaciones económicas ante la repercusión de contenido polémico en sus videojuegos, ideas inherentes a su condición de empresa privada, quedaban en un segundo plano bajo el ESRB donde la competencia de mercado es equitativa y supervisada por el mismo gobierno. Supone un cambio de “lo privado” a “lo público”, al ser el ESRB una organización sin ánimo de lucro, algo antónimo a la idea que representa Nintendo, cuyo expansionismo económico había sido el principal motivo de su llegada a EEUU.

El ESRB aporta tres categorías de las que carecía el control de Nintendo, consistentes en<sup>96</sup>:

- *Content descriptors* (descriptores de contenido): Cuya función es indicar elementos concretos de un juego que hayan llevado a asignarle una puntuación particular y/o elementos de interés que deban ser avisados
- *Rating symbols* (símbolos de puntuación): Cuya función es indicar la edad apropiada para jugar a un videojuego
- *Rating summaries* (resúmenes de puntuación): Cuya función es indicar a través de páginas webs o manuales los detalles sobre los contenidos excepcionales de un juego

De este modo, se entiende que el aporte principal del ESRB radica en la categorización por edad y la categorización por temáticas. El apartado de la edad ya había sido llevado a cabo por Sega y 3DO como explicamos antes, pero mientras que ambas empresas dividían al público en tres estratos de edad y cuatro estratos respectivamente, el ESRB amplía el margen hasta 6 diferentes categorías de control por edad, que son las siguientes:

- *Early Childhood* (EC): De 3 años en adelante. Todos los contenidos del juego son apropiados para los niños dentro de esa franja.
- *Everyone* (E): De 6 años en adelante. Violencia mínima y lenguaje medio/cómico
- *Everyone +10* (E+10): De 10 años en adelante. Violencia básica/animada y temas con cierta connotación secundaria.
- *Teen* (T): De 13 años en adelante. Violencia media, lenguaje gráfico medio y connotación secundaria
- *Mature* (M): De 17 en adelante. Contenido sexual, violencia alta y lenguaje fuerte.
- *Adults Only* (AO): De 18 en adelante. Contenido sexual explícito, violencia explícita.

Hay que resaltar el matiz particular de que la mayoría plena de edad en EEUU no es de 21 años, sino que es de 18 como actualmente en España. No obstante, a nivel legislativo, hay ciertos derechos restringidos hasta alcanzar los 21 años. Por lo tanto, aquí se dan dos categorías que aquí serían

96 Hunter Jr., Richard J, Hector R. Lozada, y Ann Mayo. “Censorship in the Videogame Industry: Government Intervention or Parental Controls?”. *University of Denver Sports and Entertainment Law Journal*, 2010.

vistas como de adultos (aunque *Mature* roce la mayoría de edad sin llegar) cuando en la práctica sólo una de ellas lo es, la correspondiente al AO que se ha aplicado a unas pocas excepciones desde que se fundara el sistema del ESRB.

Por otra parte, los descriptores de contenido son un total de 34 grupos dentro de los cuales se encuentran referencias sobre sexo, violencia, apuestas, alcoholismo, drogas, *gore* o lenguaje soez. Importante aquí es el matiz que compone al ESRB: es de carácter informativo, no restrictivo. Los juegos pueden incluir escenas violentas que sean de dibujos animados, de personajes en 3D o que incluyan sangre y el trabajo del ESRB es destacar estos aspectos de cara a que el consumidor sea consciente de lo que compra. A partir de estos 34 descriptores de contenido, la labor del ESRB se centra más en catalogar el juego a partir de la edad hacia la que pueda estar orientado que en intervenir de forma activa en el contenido como hacía Nintendo. Aun así, hay un matiz para regular los juegos de forma extraoficial: la catalogación por edad como medida disuasoria hacia las propias desarrolladoras.

Este matiz supone el paso siguiente a la asimilación del ESRB como nuevo referente dentro de la industria del videojuego: la idea de desarrollar videojuegos que se adapten a la nueva categorización por edades desde un punto de vista comercial. Cuando a un juego se le asigna el nivel *Adults Only*, pasa a sufrir una gran limitación de distribución debido a su carácter explícito, ya sea a nivel sexual, violento, u otra temática adulta. Estos problemas de distribución suponían que en ocasiones el juego directamente no saliera a la venta, o que lo hiciera de forma muy limitada en comparativa a otros juegos de niveles más bajos. En la actualidad, por ejemplo, las tres empresas referentes en el sector de las videoconsolas, Sony, Nintendo y Microsoft, rechazan de forma oficial publicar juegos categorizados como AO para sus plataformas. La cuestión que deben plantearse aquí los desarrolladores por tanto pasa por elegir entre dos opciones a la hora de qué hacer en caso de que su juego sea valorado como AO:

1. Aceptar las consecuencias implícitas con dicha categorización, tanto a nivel comercial como a nivel de críticas
2. Rehacer el juego quitando el contenido que ha motivado la valoración de AO con la esperanza de poder distribuirlo con un nivel inferior y mucha mayor posibilidad de comercialización

Estos trámites, a la hora de planificar un juego y su impacto comercial, suscitan en la mayoría de los casos que las empresas opten directamente por la segunda opción, en lo que puede entenderse como auto-censura en la que, por tanto, el ESRB no interviene de forma directa, aunque sí resulta determinante para el impacto económico de un proyecto.

Encontramos diferencias en el modo de administrar entre japoneses y estadounidenses: con el enfoque informativo en vez de censor, el ESRB puede adaptarse con mayor facilidad a los tiempos y ser más laxo con la categorización de un producto en función de la edad a la que esté destinada. Los saltos generacionales de los que hablábamos antes, donde la desensibilización sistemática jugaba un rol relevante, no son excluyentes de la valoración de contenido a partir de la audiencia y la circunstancia que le dé dicha puntuación. Como ejemplo ilustrativo, en la actualidad existen 29 juegos<sup>97</sup> que tienen o han tenido categorización AO, de los cuales 26 la recibieron por

97 De acuerdo con los datos extraídos de la página oficial del organismo: <http://www.esrb.org>.

*strong sexual content* (alto contenido sexual) o 9 lo recibieron por contenido violento, sumando aquí los descriptores correspondientes a *blood* (sangre), *blood and gore* (sangre y gore), *cartoon violence* (violencia de dibujos animados) y *violence* (violencia). La violencia, pues, es un factor secundario en relación a la pornografía, y sólo cuando el contenido es particularmente explícito pasa a recibir la categoría AO. Juegos como *Manhunt 2*, mencionado antes, tuvieron que reducir la carga violenta del producto para bajar el nivel hasta la categoría M (*Mature*, +17) para evitar el ostracismo comercial provocado por el ESRB de forma indirecta.

En Japón, como hemos explicado antes, surge el CERO en el año 2002 para lo correspondiente a la categorización de contenido basada en el éxito del ESRB. Los *rating symbols*, en este caso son un total de cinco, descritos a continuación<sup>98</sup>:

- CERO A: Correspondiente a all ages (para todas las edades)
- CERO B: Para público de, como mínimo, 12 años de edad
- CERO C: Para público de, como mínimo, 15 años de edad
- CERO D: Para público de, como mínimo, 17 años de edad
- CERO Z: Sólo para público mayor de 18 años de edad

En comparativa con el ESRB, encontramos la relación proporcional entre CERO Z y AO, aunque con diferencias adaptadas a la cultura japonesa. Por ejemplo, mientras que una puntuación AO por el ESRB es muy restrictiva a nivel comercial, tanto de difusión como de distribución, lo único que prohíbe CERO con la puntuación Z es la publicidad concerniente al juego, es decir, que las tiendas pueden vender libremente el producto en cuestión, pero no pueden anunciar o promocionar que lo tienen disponible. Otra diferencia, además, es el enfoque enfático que realizan ESRB y CERO en el contenido que pueda resultar más tabú. De este modo, mientras que el ESRB persigue mayormente juegos con alta carga sexual (como hemos explicado antes), el CERO se centra más en los juegos con alta carga de violencia, como el caso de *God of War III*, cuyas anteriores entregas habían sido puntuadas con una D pero que esta vez alcanzó la categoría CERO Z<sup>99</sup>.

Otra particularidad de los controles de calidad en Japón es su distinción entre juegos de consola y para ordenador. Mientras que en EEUU el ESRB comprende tanto aquellos que se publican en una plataforma como para otra, en Japón se realiza esta distinción incluso a nivel organizativo. De este modo, el CERO está limitado a aquellos videojuegos publicados para consola, mientras que para los juegos de ordenador existe lo conocido como *Ethics Organization of Computer Software* (一般社団法人コンピュータソフトウェア倫理機構, *Ippan Shadan Hōjin Konpyūta Sofutowea Rinri Kikō*), que aunque se remonta a 1992, también comparte bastantes aspectos en común con el CERO, lo que lo convierte en la otra base fundamental para su creación.

Por ejemplo, uno de los aspectos con los que cuenta el EOCS en relación al CERO es la división del público en cinco estratos fundamentales en función de su edad<sup>100</sup>:

---

98 Gifford, Kevin. "All About Japan's Anti-Violence Game Rating System", *1up.com*, disponible en: <http://www.1up.com/news/japan-anti-violence-game-rating-system> [Consultado el 14 de mayo de 2016].

99 Como así consta en el título de varios distribuidores digitales japoneses como "amazon.co.jp" o "rakuten.co.jp".

- EOCS General: Para todas las edades
- EOCS +12: Para público de, como mínimo, 12 años de edad
- EOCS +15: Para público de, como mínimo, 15 años de edad
- EOCS 18: Para público de, como mínimo, 18 años de edad
- EOCS R: Sólo para público adulto

Hay matices menores que no hacen a esta clasificación similar a la del CERO, pero se entiende aquí por qué cuando se creó el criterio de control para las consolas, los japoneses optaron por adoptar el modelo del EOCS en vez del ESRB: cuestión de demografía, pues en el caso de Japón, la mayoría de edad se alcanza a los 20 años, de ahí la distinción entre “público mayor de 18 años de edad” y “público adulto”, mientras que el baremo en EEUU acaba a partir de los 18 años.

La pregunta, por tanto, es a qué se debe esta distinción fundamental entre la mayoría de edad estadounidense, transitoria entre los 18 y los 21 años, y la mayoría de edad japonesa, plena a partir de los 20 años. La distinción por edades sigue siendo subjetiva en el caso del ESRB y el EOCS/CERO, pues el nivel entre categorías se distingue por tan sólo dos o tres años de edad, lo que puede generar debate sobre hasta qué punto es fidedigno adherir la categoría en cuestión a la edad del consumidor.

## 5. Conclusiones finales:

### El rechazo cultural y económico de la censura activa subjetiva

A partir de todos los argumentos y detalles que hemos expuesto a lo largo de este trabajo, se ha querido demostrar que el control de calidad llevado a cabo por Nintendo de América entre la década de 1985 y 1995 fue un procedimiento arbitrario, carente de coherencia y sujeto a la subjetividad bajo la que las empresas japonesas entendían que funcionaba el público estadounidense. El principal motivo por el que su inmersión en el mercado tuvo éxito desde una perspectiva económica fue por el nivel tan bajo del contenido que había dejado Atari con su distribución libre de control. Si no hubiera existido esta circunstancia para hacer negocio y si Nintendo no hubiera sido ya una compañía puntera capaz de invertir grandes sumas de dinero, su control de calidad la hubiera dejado en un plano secundario debido a las alternativas existentes para la época, mayormente Sega. Aún con esta oportunidad, la hegemonía de Nintendo tan sólo duró una década, al presentarse competencia capaz de plantar cara a dicha empresa con juegos diferentes y con mayor flexibilidad de público.

Aunque Nintendo tuvo la visión de futuro de apropiarse del mercado estadounidense y contribuir de manera activa a su rescate o salida de la crisis, la tendencia cíclica a repetir los errores de Atari denota la incapacidad de crear un control de calidad cuya censura resultante no fuera perjudicial para las desarrolladoras y el público objetivo. Falla en este intento hasta tal punto que, como hemos explicado antes, las repercusiones acaban teniendo lugar en varios estratos. Así pues, la Nintendo de 1992-1993 es una empresa japonesa que no sabe adaptar su control de calidad a la demografía

---

100 De acuerdo con la catalogación extraída de su página oficial (en japonés): <http://www.sofurin.org> .

de la época, por lo que falla a nivel cultural; no sabe arreglar los fallos de Atari por su cuenta y acaba cayendo en ellos, por lo que falla a nivel histórico; el público adolescente elige alternativas como Sega o posteriormente Sony, por lo que pierde a nivel económico; y provoca la intervención estatal de EEUU para solventar la nueva crisis que han creado, por lo que pierden relevancia a nivel administrativo.

La entrada del ESRB como método mejorado de control de calidad no supone, con todo esto, una panacea. La centralización a la que da lugar supone bastante más estabilidad e imparcialidad que con la que contaba la industria del videojuego cuando Nintendo de América era el referente. La catalogación por edades y descriptores supone un giro de tuerca al estar más enfocado en aportar un carácter informativo que restrictivo, lo que de por sí era un paso que Nintendo no quiso dar y, por tanto, provocó tensiones con las empresas desarrolladoras que publicaban para NES y SNES. Aun así, el ESRB no resuelve varias de las problemáticas que ya tenían lugar con Nintendo, concretamente las correspondientes al grado de tolerancia del público hacia el contenido publicado. Existe la disonancia entre generaciones de jugadores, expuesta anteriormente con todo lo concerniente a desensibilización sistemática; así como la disonancia entre la categorización por la edad y el público representante de dicha edad. El carácter meramente informativo del ESRB, con la excepción del AO, es a su vez un problema a nivel distributivo, pues por lo general no hay consecuencia al vender juegos de una categoría determinada a público que no necesariamente cumple los mínimos de dicha puntuación. Los posteriores desarrollos de controles de calidad para otras regiones, como el PEGI europeo o el CERO japonés, cuentan con el mismo problema de base aunque hayan supuesto una mejora general para sus respectivas industrias.

Algo que hemos querido exponer en este trabajo es lo determinante que puede ser la temática de la censura para entender desde varios enfoques el progreso de la industria del videojuego. El control mediante censura sirve como muestra del análisis de la sociedad desde el punto de vista extranjero que aporta Nintendo al entrar en EEUU. Es un contraste en el que, mientras Japón y EEUU cuentan con bastantes juegos similares, en múltiples casos hay diferencias creadas debido a ciertas brechas culturales que hemos tratado anteriormente con ejemplos tales como *Maniac Mansion* y su adaptación de ambientación (*kawaisa* en Japón, bajo filtro en EEUU).

Las particularidades que se modificaban en cada juego debido a su incompatibilidad con el decálogo de contenidos de Nintendo respondían a circunstancias que suscitaban polémicas entre la población. Este es otro ejemplo de fracaso de la política de control de Nintendo: su condición de empresa privada es un impedimento fundamental a la hora de aplicar un programa de calidad eficaz sin estar influido de manera directa por cuestiones económicas. Una auténtica organización de regulación debe de ser, por tanto, sin ánimo de lucro y legislada de forma pública de modo que no se vea afectada por riesgos comerciales que den lugar a decisiones extraoficiales. Este aspecto lo cumple de forma apropiada el ESRB, aunque no es el único modelo de gestión de contenidos que ha tenido éxito en los tiempos recientes. Aunque no correspondan al mismo tipo de mercado, hay que tener en consideración el caso de la compañía Valve y su plataforma para ordenadores Steam, predominante actualmente por catálogo y usuarios.

Debatidas estas problemáticas queda plantear, por tanto, las posibles direcciones que puede tomar la industria a partir de este momento en base a la contextualización que hemos visto de las últimas décadas. Se dispone de tres corrientes principales, que son:



- Homogeneidad plena de los controles de calidad como consecuencia de la globalización y el avance tecnológico de la industria
- Abolición de todo control de calidad, con los propios consumidores como único filtro a partir de su aporte económico
- Mantenimiento de los organismos actuales en tanto que se adapten a la tecnología y público cambiantes

No obstante, con cada una de estas tres corrientes principales surgen varias complicaciones que no los convierten en mejoras en relación al sistema actual de control por país o continente. Sirva como ejemplo el primer punto, referente a la homogeneidad. En la actualidad contamos con varios sistemas que comprenden una gran cantidad de territorio con alta densidad demográfica, como el caso del propio ESRB en EEUU o el caso del PEGI en Europa, con 39 países que llevan a cabo sus controles de calidad mediante esta organización. Por lo tanto, existen precedentes a la idea de una regulación homogénea compartida por todos aquellos países que cuenten con un sistema económico lo suficientemente desarrollado para contar con una industria del videojuego vigente.

Aun así, aunque desde el punto de vista estadístico pueda aplicarse esta solución, los estratos en los que está dividido el control de contenidos a nivel mundial responden a razones fundamentalmente culturales, es decir, no corresponden a razones arbitrarias y puramente geográficas. Aunque el PEGI se aplique en Europa de forma general, países como Alemania o Finlandia cuentan con sus propios criterios de revisión: en el caso de Alemania, el USK (*Unterhaltungssoftware Selbstkontrolle*) es el sistema prioritario y, aunque también usan el PEGI, siempre es de manera complementaria al USK y no al revés. En el caso de Finlandia, el control predominante es el ejercido por una rama del ministerio de educación finés, el KAVI (*Kansallinen audiovisuaalinen instituutti*) o *Instituto Nacional Audiovisual*. Si tanto desde Alemania y Finlandia, países integrados en la Unión Europea, se considera que el PEGI no es un control que se adapte a la población de su territorio, adaptar un único juego a un mercado global bajo las mismas reglas de supervisión puede ser una tarea quimérica. Las complicaciones que se darían a la hora de crear un filtro que comprenda todas las sociedades, sus leyes y sus elementos tabú daría lugar a un sistema demasiado generalizado y potencialmente lleno de vacíos legales que sería más dañino que productivo. Es el control de calidad el que debe adaptarse a la sociedad y no a la inversa.

Respecto al segundo punto referente a la abolición de todo control, parte de la idea de una sociedad plenamente concienciada de qué es lo moralmente correcto y qué no, dónde están los límites en lo que uno puede comprar y las consecuencias que tendría esto. Encontramos aquí demasiadas contradicciones lógicas como para considerarlo un sistema eficaz incluso en un futuro hipotético:

1. La propia idea de que la sociedad sea la que, mediante su consumo, elija qué productos merecen distribución y qué no supone una serie de limitaciones morales donde hay una serie de contenidos “apropiados” y una serie de contenidos “inapropiados”. Existe, pues, una subjetividad similar a la que aportaría un control de calidad, salvo por varias diferencias organizativas.

- a. Para que sea un sistema que pueda considerarse económicamente justo, todos los juegos deberían contar con un mismo presupuesto de desarrollo y un alcance similar en tiradas de distribución, esto es, misma difusión equitativa en tiendas físicas y digitales. No aplicar

estos límites da lugar a que los más extendidos sean aquellos productos que pueden invertir más dinero en desarrollo y distribución, por lo que la industria del videojuego resultaría en una suerte de plutocracia donde, aunque el capital sea el único filtro como originalmente se pretende, la gestión de dicho recurso sea incompatible con la idea inicial de la solución presentada.

b. Aplicar estos límites, no obstante, es lo que se catalogaría como “censura pasiva”, ya que aunque el mercado igualaría a aquellas desarrolladoras que en otras circunstancias no tendrían tantas posibilidades, actúa en detrimento de aquellas compañías que pueden realizar un trabajo más complejo o una distribución a mayor escala. Se interviene, pues, antes de que el propio juego haya sido distribuido para que el público actúe de juez sobre su contenido.

c. Una libertad absoluta de distribución no podría alcanzarse a no ser que se obviara la barrera limítrofe vigente actualmente en todo el mundo: el poder legislativo. Un juego puede tener material más o menos polémico, pero está adscrito en última medida al impedimento creativo que es la ley. Por lo tanto, si el único filtro es el público, habría que abolir toda idea de ley para dar sentido real a esta autoridad única, lo que sería un total sinsentido al realizarse por el caso específico de la distribución de los videojuegos.

2. La idea de la abolición de control está ligada al punto anterior de la homogeneidad, al considerar que el público, en todo su conjunto, debiera ser quien regulara el contenido y no las organizaciones (con o sin ánimo de lucro). O bien las compañías se adaptan al potencial mercado variable forjado por el público (con éxito adherido a la cultura a partir del modelo de distribución de 1.a.), con la consecuente divergencia de la idea original; o bien es el público el que se adapta a un criterio homogéneo a la hora de determinar el éxito de cada videojuego que, como se ha explicado anteriormente, es imposible de manera práctica por un cúmulo de factores culturales vigentes.

Estos no son más que varios puntos de la gran cantidad de carencias que tendría adoptar esta solución, que confía fundamentalmente en el buen hacer de los individuos, lo que de por sí ya es una visión subjetiva de la sociedad en la que se parte de que todas las personas tienen los suficientes conocimientos económicos, tecnológicos y referentes a videojuegos como para llevar a cabo controles de calidad de manera competente. No obstante, supone negar directamente la realidad de que todos los miembros que conforman una sociedad no disponen del mismo conocimiento y, por tanto, no cuentan con el mismo criterio o interés de consumo.

Por último, el tercer punto, el mantenimiento de los organismos actuales, no deja de ser sino una medida paliativa a un problema que requiere una solución más fiable. Como hemos explicado en anteriores apartados, el carácter informativo más que intervencionista del ESRB es a su vez una ventaja y una desventaja, aunque supone una mejora respecto al programa predecesor de Nintendo. Los problemas de los organismos actuales son, entre otros, su parcialidad de cara a la distribución, su modelo falible de adaptación generacional y la gran cantidad de alternativas, que resulta un problema para la distribución de un juego a nivel internacional debido a la acumulación de trámites que dificultan estos lanzamientos. Por otra parte, a nivel social, genera disconformidad ya que supone aceptar la modificación de contenido bajo criterio popular aunque el usuario no esté de acuerdo con estos cambios. Provoca, también, el debate de hasta qué punto la censura no es un elemento necesario, sino el resultado de una actitud condescendiente o incluso dominante

por parte de organizaciones superiores o, por el contrario, es algo necesario debido a los límites implícitos que conlleva una libertad de expresión apropiada y no perjudicial. Ambas posturas, pues, son acercamientos subjetivos a una cuestión preguntada en todos los medios de difusión cultural y/o artística, “¿dónde se encuentra el límite de lo expresable?”, problema demasiado complejo como para resolverse de manera inmediata y eficaz al que, no obstante, debe de buscarse una solución que se adapte tanto al individuo como al colectivo, algo que bien puede resultar incluso un proyecto utópico.

## Bibliografía

- Allison, Anne. “Portable monsters and commodity cuteness: Pokémon as Japan’s new global power”, *Postcolonial Studies*, Vol. 6, No. 3, 2003.
- Arsenault, Dominic. “System Profile of the Nintendo Entertainment System”. En *Video Game History: From Bouncing Blocks to a Global Industry*, 2014.
- Baer, Ralph. “Genesis: How the Home Video Games Industry Began, by Ralph Baer”, disponible en: [http://www.ralphbaer.com/how\\_video\\_games.htm](http://www.ralphbaer.com/how_video_games.htm) [Consultado el 23 de enero de 2016].
- Barnholt, Ray. “Purple Reign, 15 Years of the Super NES: The Faves and Fights that Surrounded the 16-Bit King”, disponible en: <http://www.1up.com/features/15-years-snes?pager.offset=0> [Consultado el 8 de mayo de 2016].
- Brantner, Scott. *Desensitization to Violence in Ancient Rome and Modern America*. University of California, Berkeley, 2014.
- Caron, Andre, y Ronald Cohen. *Regulating Screens: Issues in Broadcasting and Internet Governance for Children*. McGill-Queen’s University Press, 2013.
- Crockford, Douglas. “The Expurgation of Maniac Mansion for the Nintendo Entertainment System”, disponible en: <http://www.crockford.com/wrrrld/maniac.html> [Consultado el 24 de abril de 2016].
- Egenfeldt-Nielson, Simon, Jonas Heide Smith, y Susana Pajares Tosca. *Understanding Video Games: The Essential Introduction*. Routledge, 2008
- Ernkvist, Mirko. *Down Many Times, but Still Playing the Game: Creative Destruction and Industry Crashes in the Early Video Game Industry 1971-1986*. Helsinki, 2006
- Festinger, Leon. *A Theory of Cognitive Dissonance*. Stanford University Press, 1957.
- Fritscher, Jack. *What Happened When: Censorship, Gay History & Mapplethorpe*. Fitzroy Dearborn Publishers, 2002.

- Gifford, Kevin. "All About Japan's Anti-Violence Game Rating System", *1up.com*, disponible en: <http://www.1up.com/news/japan-anti-violence-game-rating-system> [Consultado el 14 de mayo de 2016].
- Good, Owen S. "E.T cartridges found in infamous Atari landfill", disponible en: <http://www.polygon.com/2014/4/26/5656282/atari-et-landfill-new-mexico-found-cartridges> [Consultado el 26 de enero de 2016]
- Gorges, Florent. *La Historia de Nintendo, 1889-1980: De los juegos de cartas a Game&Watch*. Héroes de Papel, 2015.
- Herman, Leonard. *Phoenix: The Fall & Rise of Videogames*. Rolenta Press, 1997.
- Hunter Jr., Richard J., Hector R. Lozada, y Ann Mayo. "Censorship in the Videogame Industry: Government Intervention or Parental Controls?", *University of Denver Sports and Entertainment Law Journal*, 2010.
- Kalata, Kurt. "East vs. West: Interview with Keiji Inafune and Hiroyuki Kobayashi", disponible en: <http://www.hardcoregaming101.net/eastvswest/eastvswest.htm> [Consultado el 28 de mayo de 2016].
- Kalata, Kurt. "ManiacMansion", disponible en: <http://www.hardcoregaming101.net/maniacmansion/maniacmansion.htm> [Consultado el 4 de mayo de 2016].
- McCullough, J.J. "Nintendo's Era of Censorship", disponible en: <http://www.jjmccullough.com/Nintendo.php> [Consultado el 20 de febrero de 2016].
- Mori Masahiro. "The Uncanny Valley", *Energy*, 1970.
- Nascimento-Lajoie, Alexis. "Dead Or Alive Xtreme 3 Not Coming West Due to Cultural Differences, Says Sony Boss", disponible en: <http://nichegamer.com/2015/12/14/dead-or-alive-xtreme-3-not-coming-west-due-to-cultural-differences-says-sony-boss> [Consultado el 12 de febrero de 2016].
- Nascimento-Lajoie, Alexis. "Idea Factory Will No Longer Localize Games Which Need Censoring for Western Regulations", disponible en: <http://nichegamer.com/2015/12/idea-factory-will-no-longer-localize-games-which-need-censoring-for-western-regulations> [Consultado el 12 de febrero de 2016].
- Nintendoplayer.com*. "Yo! Noid Prototype", disponible en: <http://www.nintendoplayer.com/prototype/yo-noid> [Consultado el 15 de marzo de 2016].
- Nytimes.com*. "Atari Parts are Dumped", disponible en: <http://www.nytimes.com/1983/09/28/business/atari-parts-are-dumped.html> [Consultado el 26 de enero de 2016].
- O'Holleran, Jeffrey. *Blood Code: The History and Future of Video Game Censorship*. University of Colorado, 2010.

- Phillips, Tom. "Until Dawn Death Scene Censored in Japan", disponible en: <http://www.eurogamer.net/articles/2015-08-27-until-dawn-death-scene-censored-in-japan> [Consultado el 11 de febrero de 2016].
- Picard, Martin. "The Foundation of Geemu: A Brief History of Early Japanese video games", *Game Studies*, 2013.
- Schwartz, Steven, y Janes Schwartz. "Parent's Guide to Video Games", *Prima Lifestyles*, 1994.
- Takiff, Jonathan. "Video games gain in Japan, are due for assault on U.S.", disponible en: <https://news.google.com/newspapers?id=QBhcAAAAIBAJ&sjid=MIUNAAAAIBAJ&pg=2846,1271636&hl=es> [Consultado el 15 de mayo de 2016].
- Van der Voort, T.H.A. *Television Violence: A Child's Eye View*. Elsevier Science Publishers, 1988.
- Van der Weyer, Martin. "The Japanese Causes Behind Casual: Looking at Nintendo's Influence on the Origins of the Casual Market", *Social Casual Mobile*, 2013.
- Velgus, Justin. "When Kawaii (Cute) Becomes Kowai (Scary) : Cuteness Overload in Japan", disponible en: <http://injapan.gaijinpot.com/play/culture/2012/11/14/cuteness-overload-in-japan> [Consultado el 4 de mayo de 2016].
- Wada Takeaki. *Exploitation Reduces Novelty: An Empirical Analysis of the Japanese Video Game Industry*. Aoyama Gakuin University, 2011.