

# Juegos de mesa, una moda con fundamento



Izquierda, tablero *Twilight Struggle*. Arriba, *Constructo* versión viaje.

Más allá de los tradicionales naipes, dominó o ajedrez, un creciente número de usuarios prueban con las nuevas tendencias llegadas de Alemania y Estados Unidos de juegos de mesa.

JULIÁN DÍEZ

Las razones por las que están subiendo continuamente sus ventas y se encaminan a ser una moda recogida en artículos de medios tan poco sospechosos de simpatizar con rarezas como *The New York Times* o *The Wall Street Journal* son complejas. Pero fáciles de entender si se analiza el fenómeno. Y el resultado son ventas en algunos casos millonarias.

El juego para adultos es un fenómeno con sólidas raíces en la historia; han aparecido tableros en Mesopotamia o Egipto. El *senet*, procedente de esa época, se sigue jugando hoy. El *backgammon*, el ajedrez y el *go* son los juegos milenarios que mantienen una actividad multitudinaria, cada uno con un tipo de seguidores distintos; los dos últimos son objeto de enseñanza en las escuelas en distintos países y cuentan con un bien conocido —en el caso del *go*, limitado a Japón— núcleo de jugadores profesionales. Sobre la popularidad durante siglos de los juegos de nai-

El juego para adultos es un fenómeno con sólidas raíces en la historia; han aparecido tableros en Mesopotamia o Egipto

pes, el parchís (de origen indio) o el dominó, poco puede añadirse.

'**Monopoly**'. Los juegos "comerciales" que existen hasta hoy empezaron a desarrollarse sobre todo en Estados Unidos. El que terminó por hacer que el juego de mesa se convirtiera en un negocio fue el *Monopoly*. Patentado por Elizabeth Maggie en 1904 como *The Landlord's Game*, fue copiado treinta años después por Charles Darrow, que vendió su "idea" a la firma Parker, dando inicio a la era moderna de los juegos de mesa. Según el *Libro Guinness de los Records*, es el juego con más jugadores de la historia: 500 millo-

nes de personas han echado alguna vez una partida.

Al *Monopoly* siguieron otros clásicos después de la II Guerra Mundial, como el *Risk*, el *Scrabble*, el *Uno*... Sin embargo, en los años ochenta, los juegos de mesa cayeron bruscamente, debido a la explosión tanto de los primeros videojuegos como de los juegos de rol.

La tendencia cambió a partir de 1994 con la publicación en Alemania de *Los colonos de Catán*. Inmediatamente señalado como clásico, este juego ha vendido seis millones de copias en su país de origen, casi otros tantos en las ediciones en el resto del mundo, y convirtió a su creador, Klaus Teuber, en el prime-



## ‘La justicia y sus puñetas. Nueva antología del disparate judicial’

(382 páginas. Plaza & Janés. 16,90 €)

Tras el éxito de *Antología del disparate judicial* (2001), los periodistas Quico Tomás-Valiente y Paco Pardo vuelven a recoger en esta obra algunos dislates de la Justicia recogidos durante su larga experiencia como cronistas de tribunales. Con una alta dosis de ironía, los autores diseccionan en piezas cortas el desarrollo de diversos procesos y sus fallos, dedicando especial atención a personajes habituales de los medios de comunicación (“Si conduce Farruquito, igual me quito” o “Julián Muñoz, ‘pa chulo, mi pirulo”) así como a los conocidos como jueces “estrella” (“Baltasar Garzón, el juez que quiso ser Dios” o “Elpidio Silva y la caja de Pandora”).

## España vive una segunda edad de oro

El fenómeno se está implantado en nuestro país de forma lenta pero sostenida. Según explica Santiago Eximeno, “España está viviendo una segunda edad de oro de los juegos de mesa modernos, después del crecimiento de los años ochenta. Proliferan editoriales nacionales e internacionales que han asentado su presencia en España. Poco a poco además se avanza hacia una industrialización del juego diseñado, desarrollado y producido en nuestro país, de la que buena muestra es, por ejemplo, el trabajo de empresas como Devir o Edge Entertainment. También es un momento excelente para el juego de mesa infantil, que había retrocedido hace algunos años ante las nuevas ofertas de ocio y que está recuperando su espacio tanto en el juego familiar como en su aspecto educativo”.

Además de Eximeno, puede citarse a creadores como Perepau Llistosella, Antonio Catalán, Francisco Ronco o Josep M. Allué, que en algunos casos ya comienzan a publicar internacionalmente. Curiosamente, la tendencia más frecuente entre estos creadores es la de los juegos más abstractos. En distintos lugares de España se celebran ferias o reuniones del sector, con especial protagonismo para las citas anuales de Córdoba y Granollers.

Para Eximeno, quizá el ritmo de publicación resulte un tanto excesivo, pero a cambio ve un sector por el que crecer en los juegos de corte más familiar, de reglas sencillas. Él mismo ha llevado a cabo por encargo juegos en esa línea, como uno basado en la serie de televisión *El internado*.

ro de los diseñadores de juegos “estrellas” que se dedican profesionalmente a esta actividad. La mayor parte de los grandes nombres internacionales son alemanes –Reiner Knizia, Stefan Feld, Klaus-Jurgen Wrede, Uwe Rosenberg–, aunque también son figuras reconocidas Vlaada Chvatil –checo–, Ignazy Trzewiczek –polaco–, Martin Wallace –inglés– o Antoine Bauza –francés–, por solo citar algunos nombres.

En España también hay un creciente número de creadores, aunque aún no profesionales. Con media docena de títulos publicados, Santiago Eximeno es uno de ellos: “El diseño de juegos en España crece, y ahora mismo hay un espacio creativo que permite a diseñadores españoles publicar sus juegos con una gran variedad de editoriales, tanto nacionales como internacionales. Mi experiencia como diseñador es positiva. He publicado juegos por encargo y también he encontrado editoriales como Inventure Cloud que se han arries-

gado con propuestas creativas menos comerciales, como *Constructo*, un juego abstracto minimalista. Estamos viviendo una buena época para el diseñador de juegos nacional, y en ese sentido veo un futuro a corto y medio plazo muy atractivo.”

**Prohibición.** La razón por la que el juego de mesa empezó a extenderse como una actividad común en Alemania tiene raíces sociológicas. Allí se prohibieron durante décadas los juegos bélicos: hasta hace apenas diez años no estaba permitida la producción de juegos sobre la Segunda Guerra Mundial, por ejemplo. Los diseñadores de juguetes tuvieron que crear juegos más neutros, con otro tipo de alicientes, y poco a poco se fue sofisticando el modelo de lo que se ha llamado Eurogames: no existe conflicto directo entre los jugadores, sino que cada uno debe buscar sus objetivos entorpeciendo a los demás, pero no combatiéndoles directamente.

Este tipo de juegos se consolida-

ron como una forma de ocio relativamente barata. Un juego de componentes medios puede costar unos 35 euros y puede suponer numerosas partidas o más, a dos horas cada una, para cuatro o cinco personas. En Alemania se convirtió en un hábito entre amigos reunirse a cenar y jugar una partida, y posteriormente se fueron extendiendo los clubes.

La popularidad de los Eurogames revitalizó todo el sector, y surgió a la postre un tipo de juego contrapuesto: lo que se conoce como Ameritrash, más enraizado con el tipo de juegos comercializados en Estados Unidos en los años setenta y ochenta. Son juegos de aire y temática más *friki*, en muchas ocasiones relacionados con películas o libros de éxito –*El señor de los Anillos*, *Star Wars*...–, menos abstractos y de reglas más complejas.

En el plano comercial, la razón por la que el mercado ha crecido enormemente está también en cuestiones de pura globalización. La mayor parte de las ediciones de juegos que se realizan son de carácter internacional: una tirada de 10.000 ejemplares, común para los lanzamientos fuertes, puede dividirse en distintas ediciones nacionales incluyendo instrucciones en diferentes idiomas, pero con un material básico –fichas, tablero, dados...– común. En el caso de los Eurogames, en particular, casi todos los juegos más destacados son tan independientes del idioma como un ajedrez o un *backgammon*, y las mismas ediciones que se venden en Alemania o Estados Unidos sirven para España con un simple cambio de los títulos y la información de las cajas. ●

