



LA MESA TODAVÍA DA MUCHO JUEGO

«De oca a oca y tiro porque me toca». La frase ya casi pertenece al Pleistoceno, pero, aun así, los juegos siguen congregando a parejas, grupos de amigos o familias en torno a una mesa y unas estrategias cada vez más sofisticadas y cautivadoras. Hay nuevas y magníficas creaciones y nuevos e imaginativos autores conscientes, sin embargo, de que el cartón plegado y las nuevas tecnologías están condenados a entenderse.

POR IRENE SERRANO ILUSTRACIÓN ÓSCAR LLORENS

A las siete de la tarde de un fin de semana cualquiera, La Manuela, una cafetería del madrileño barrio de Malasaña, está a reventar de chavales en torno a un tablero. Sólo por consumir tienes derecho a usar la enorme colección de juegos que se amontonan en una mesa al fondo. El Parchís, el Trivial Pursuit, el Risk y el Pictionary son los grandes éxitos: si llegas tarde, es posible que te quedes sin ellos. Pero lo que seguro que no saben los afortunados que consiguen pillar uno es que el Trivial lo inventaron Scott Abbott, periodista deportivo, y Chris Haney, reportero gráfico, y no la distribuidora Parker como dice el anuncio. Quizá tampoco tengan idea de que el Parchís fue diseñado en la India hace cientos de años o que el Pictionary fue creado por un tal Rob Angel. En cambio, quienes probablemente se conozcan al dedillo todos estos datos son los participantes en foros como Boardgamegeek o BSK, donde se debate sobre novedades y rarezas, clásicos y próximos lanzamientos de juegos de mesa. Porque a los verdaderos adeptos no se les escapa la autoría de un juego, como a los buenos lectores y cinéfilos les ocurre con escritores y directores. Tanto es así que, igual que en el séptimo arte, en los juegos de mesa existe una categoría denominada «de autor». Y, como en el cine y la literatura, cada cual tiene su favorito.

Los de Luis Hernández, abogado, educador social y *jugón* de Barcelona, son Wolfgang Kramer y Bruno Faidutti. «Cada situación y cada grupo requiere su juego y su momento —explica—; un mismo juego puede ser tremendamente divertido con un grupo y soporífero con otro». Y aunque a cada colega le corresponde un juego, admite que Ciudadelas —del mencionado Faidutti— le vuelve loco. La trama de su preferido no suena nada mal, aunque está muy en la onda de los juegos de rol: los jugadores tienen que tratar de construir la mejor ciudadela renacentista posible, a través de diversas cartas que representan los diferentes distritos de la ciudad —desde la universidad o el castillo, pasando por la catedral—. Para ello, cada participante interpreta el papel de un personaje que irá cambiando a lo largo de la partida de acuerdo a la carta que le corresponda. Así, el rey, el obispo, el mercader, el arquitecto y el resto de personajes tienen diferentes habilidades que se deben utilizar estratégicamente

y de acuerdo a las necesidades concretas de cada jugador.

A pie de calle o a un clic

Ciudadelas cumple a la perfección las características que, según Haritz Solana, de la distribuidora y editorial de juegos Asmodee, definen un buen juego de autor: «Generalmente constan de instrucciones relativamente sencillas, se pueden establecer estrategias variadas y su duración ronda la hora y media». Como muchas otras distribuidoras españolas, Asmodee importa títulos de todo el mundo, los adapta para los jugadores españoles y los envía a muchas de las tiendas que en España venden juegos de mesa. Su página web (es.asmodee.com) incluye un catálogo bastante completo de los lugares donde se pueden comprar algunos de los más populares. Sin embargo, parece que un importante pedazo del pastel se hornea en Internet, donde muchas editoriales venden juegos directamente al consumidor y sin tener que pisar la calle.

Néstor Romeral, por ejemplo, diseña juegos de mesa, los fabrica y los vende a través

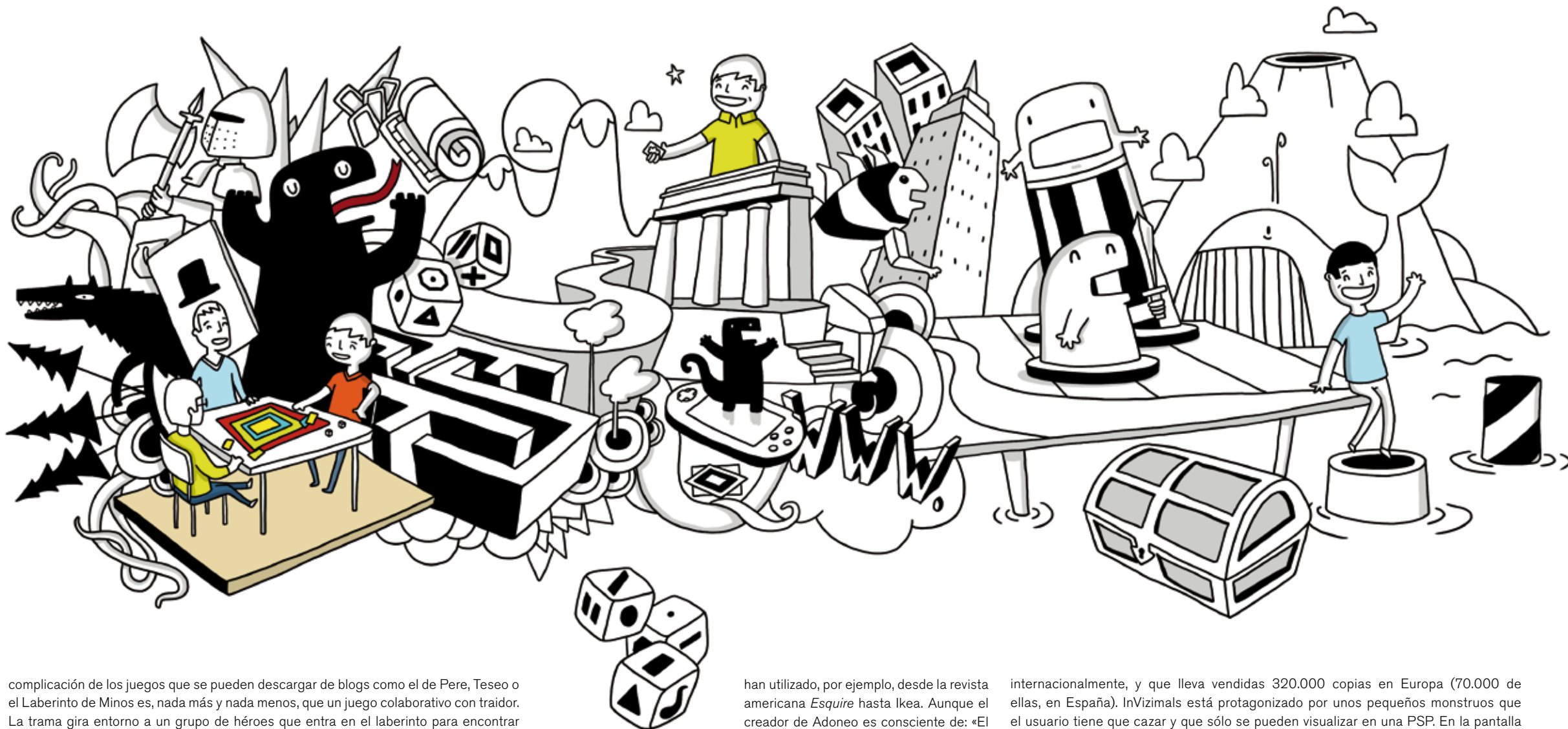


de Nestorgames (www.nestorgames.com), su tienda *on line*. «Como fabricamos los juegos uno a uno, de manera casi artesanal, no utilizamos los canales de distribución habituales», justifica con más razón que un santo. Nestorgames publica sus juegos en un formato poco común: fichas de materiales plásticos cortadas con láser, como metacrilatos, y tableros flexibles similares a alfombrillas para el ratón. Una vez doblado, cada juego se empaqueta en una bolsa de tela de algodón natural. En YouTube se pueden encontrar varios vídeos que muestran su presentación, perfecta para regalar. El más conocido de sus diseños es Adptoid, en el que los jugadores van armando su ejército de criaturas que deben comerse las del oponente para conseguir el éxito. Pero Néstor no comercializa únicamente sus creaciones, sino que también lo hace con las buenas ideas de otros. Uno de los más populares de su catálogo es Hex, un juego para los aficionados a las matemáticas, inventado por el matemático y poeta danés Piet Hein. La variedad de la oferta de Nestorgames le ha hecho valedor de un total de seis nominaciones al premio Juego del Año 2009 en España, tres de ellas merecidas por diseños propios.

Pero la Red sirve para algo más que la venta de artículos, la organización de eventos o la difusión de información. También en Internet y siguiendo la estela de la *free culture* aparecen los Print & Play. Su descripción es tan sencilla como la traducción de estas dos palabras: cuelga tu diseño en Internet para que otros lo impriman y jueguen. Las modalidades van desde creadores que quieren darse a conocer, pasando por coleccionistas que escanean juegos descatalogados y sin derechos de autor para que también terceros puedan disfrutarlos, hasta aquellos que rediseñan juegos populares, copiando su temática y adaptándolos a un tema concreto.

Un caso singular es Pere Pau Llistosella, quien sube todos sus juegos de Print & Play a su blog (<http://kokorin.wordpress.com/>), a excepción de uno, que recientemente ha tenido que retirar. El culpable ha sido la editorial ginebrina Hurrigan Games, que le ha comprado su Teseo o el Laberinto de Minos, ganador del vigesimo-séptimo concurso del Centre National de Jeu Boulogne-Billancourt, uno de los más importantes del mundo.

Para hacerse una idea de la calidad y



complicación de los juegos que se pueden descargar de blogs como el de Pere, Teseo o el Laberinto de Minos es, nada más y nada menos, que un juego colaborativo con traidor. La trama gira entorno a un grupo de héroes que entra en el laberinto para encontrar un tesoro (un clásico donde los haya). Pero entre sus filas se encuentra un traidor que tratará de impedir la misión sin descubrirse. Cada personaje tiene un poder especial que ayudará a la búsqueda del tesoro y a esquivar al mortífero Minotauro. Algo así como la aventura de los Goonies, pero sobre la mesa.

Realidad aumentada, ese oscuro objeto de deseo

En esta línea de gratuidad y *do it yourself*, pero haciendo uso de las nuevas tecnologías en lugar de las tijeras y el pegamento, nace Adoneo. El concepto es bastante innovador: «Somos una asociación de creadores que trata de idear un sistema de código abierto, con el que cualquier creador de la industria de juegos de mesa, o un aficionado, pueda darle una nueva vida a un juego de tablero gracias a la realidad aumentada», cuenta su creador y coordinador, Javier Noguerol. Y aquí es cuando se une la tecnología de moda a los juegos de mesa: la realidad aumentada. Para quien todavía esté un poco pez en el asunto, la realidad aumentada consiste en «superponer la imagen de síntesis [es decir, imagen creada por ordenador] con la imagen real, y se utiliza para añadir información a la realidad», aclara Javier.

Este término, aunque se desconozca su significado, está en boca de todo el mundo y hace ya tiempo que la realidad aumentada se aplica a muy diversos campos, pero sin objetivos tangibles. «La realidad aumentada se ha convertido en un *boom* muy engañoso», dice con preocupación Javier. «La publicidad es el medio que más uso está haciendo de ella y, como todo lo que explota, lo va a acabar agotando». Con ese objetivo la

han utilizado, por ejemplo, desde la revista americana *Esquire* hasta Ikea. Aunque el creador de Adoneo es consciente de: «El mayor problema es que se aplica a elementos que no son útiles, que en realidad no se integran en nuestra vida y no nos sirven para nada». Porque está muy bien comprobar con la herramienta de Ikea que la estantería Billy queda ideal en tu salón, pero no olvidemos que esto no es más que una estrategia de *marketing*.

Sin embargo, muchos están echando mano de la realidad aumentada a la hora de diseñar sus juegos. Uno de los más populares es el prototipo creado el año pasado por el Georgia Institute of Technology: ARhrrrr, un juego en el que hay que cazar zombis que campan a sus anchas sobre un tablero, disparándolos con un dispositivo móvil con cámara, que también funciona como visor. Pero sin duda el que más éxito ha tenido es el InVizimals, el primer videojuego español para PlayStation que Sony ha lanzado

internacionalmente, y que lleva vendidas 320.000 copias en Europa (70.000 de ellas, en España). InVizimals está protagonizado por unos pequeños monstruos que el usuario tiene que cazar y que sólo se pueden visualizar en una PSP. En la pantalla de ésta aparecen integrados en el entorno real, lo que hace que los jugadores tengan que moverse del sofá para capturarlos, una novedad respecto a los videojuegos tradicionales.

Si no puedes vencer al enemigo, mejor únete a él

Lo que critican los fieles al tablero es que ninguno de estos juegos requiere la interacción entre participantes que caracteriza a los juegos de mesa. «El juego de mesa exige compartir un espacio e implica comunicación entre los jugadores. Si no, puede caer en la trampa y convertirse en un videojuego», advierte Javier. Por eso, Adoneo pretende mantener la filosofía de los juegos de mesa, mejorando ciertos aspectos gracias a lo que ellos llaman «maquinaria informática casera», es decir, ordenadores y teléfonos móviles con cámara y conexión a Internet. «Una de nuestras intenciones es crear nuevas formas de narración. El juego de mesa ha tenido limitaciones en el terreno narrativo, impuestas por los tableros impresos», argumenta Javier, quien además remarca que la idea de este proyecto no es crear un producto en concreto, sino «herramientas gratuitas y libres, que cualquier persona va a poder copiar y distribuir, para hacer juegos aumentados».

Pero no sólo conocen los límites en Adoneo, los jugadores lo tienen claro: «Cuando las nuevas tecnologías lleguen a hacerte perder el contacto con las personas, el rato de reunión, la preparación del juego, etc., entonces sí que se habrá echado a perder la esencia de estos juegos», dice Silvia Romeral, quien le dedica desde hace 15 años de 4 a 5 horas semanales a los juegos de mesa. ■