
2.

Acercamiento a las eras de la historia del juego de mesa en España: Siglo XX

Antonio Catalán

Transactions of the Digital Games Research Association
January 2023, Vol. 6 No 2, pp. 25-48. ISSN 2328-9422
© The text of this work is licensed under a Creative
Commons Attribution — NonCommercial –NonDerivative
4.0 License (<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/2.5/>).

IMAGES: All images appearing in this work are property of the respective copyright owners, and are not released into the Creative Commons. The respective owners reserve all rights

Approaching the eras of the history of board games in Spain: 20th century

RESUMEN

El juego de mesa como fenómeno y producto cultural, no ha sido estudiado en España como en otros países de nuestro entorno y ha sido [1] considerado como un producto accesorio del juguete, aunque es permanente en el tiempo, intergeneracional e

intergénero. Utilizando los trabajos de autores como Whitehill y Brown, se definen una serie de etapas históricas en la producción y diseño de juegos a lo largo del siglo XX, identificando su evolución y sus principales productores, comparándola con su entorno, creando una división histórica para España. En ella se constata una historia dependiente de Alemania e Inglaterra en una primera etapa, con la copia y la falta de edición de la creatividad como una constante de todo el siglo. Borrás y Palouzié desde principios de siglo crearon un monopolio en el sector, a nivel de diseño, producción y distribución que encorsetó el mercado hasta los años 70, para seguir luego las tendencias de multinacionales como Parker, MB o Hasbro. La redefinición del juego de mesa, desde los años 80/90, no fue aprovechada por una parálisis y falta de visión del sector tradicional, no llegando a equipararse con el mercado mundial hasta los principios del siglo XXI, con la llegada del juego de mesa moderno a España.

Palabras clave

juego de mesa, historia del juego, juegos analógicos, industria del juego en España

ABSTRACT

The board game as a phenomenon and cultural product has not been studied in Spain as much as in other neighboring countries, and has been considered as an accessory product of toys, although it is permanent over time, intergenerational and intergender. Using the works of authors such as Whitehil and Brown, a series of historical stages in the production and design of games throughout the 20th century are defined here, identifying its evolution and its main producers, comparing it with its surroundings, creating a historical division for Spain. It confirms a history dependent on Germany and England in a first stage, with copying and the

lack of edition of creativity as a constant throughout the century. Borrás and Palouzié from the beginning of the century created a monopoly in the sector, at the level of design, production and distribution that restricted the market until the 70s, to later follow the trends of multinationals such as Parker, MB or Hasbro. The redefinition of the board game since the 80s/90s was not taken advantage of due to a paralysis and lack of vision of the traditional sector, not reaching the same level as the world market until the beginning of the 21st century, with the arrival of the modern board game to Spain.

Keywords

board game, game history, analog games, gaming industry in Spain

INTRODUCCIÓN

Desde el artículo en que Aarseth (2001) pusiera la piedra fundacional de los *game studies* y definiera todo el trabajo académico anterior como “old field of game studies”, el estudio del juego analógico quedaba apartado del estudio moderno, y más en el campo de su historia. Por suerte estudiosos como David Parlett, Irwing Finkel, Bruce Whitehill, Oriol Comas o Steward Woods y la *International Board Game Studies Association* (IBGSA) lo han mantenido, aunque dentro de un entorno reducido. Aarseth en 2017 añadió que: “todos somos juegos” y que su manifestación analógica tenía de tener su parcela propia en los *game studies*, ya que como en la literatura es imposible entender el teatro sin la novela, tampoco se entiende el videojuego sin el juego analógico, siendo el medio lo único que los separa en esencia.

La historia del juego de mesa

Este artículo se inscribe dentro del campo de la investigación histórica y del estudio del juego de mesa, como artefacto cultural e

industria, siguiendo los trabajos de Hamlin (2007), Boutin (2004) o Whitehill (1999; 2008), sobre el juego analógico en Alemania, Francia o Estados Unidos. En España no se han realizado estudios parecidos con la intención de comprenderlo como historia cultural, más allá del coleccionismo privado o el recuerdo como nostalgia, siendo básico para entender el imaginario de diseño de cualquier juego actual, tanto analógico como digital. Es un artículo para ofrecer un marco teórico resultado del análisis crítico de la literatura existente.

Estado de la cuestión

El estudio del juego de mesa ha ido siempre de la mano del juguete, como recuerdo de la infancia, el coleccionismo (Scarpone 2002) o la historia antropológica, no entendiéndose como un artefacto cultural hasta principios del XXI. Por ejemplo, Burton (1997) indica que hasta finales de los 70 no se empieza a entender su valor social e histórico. El primer acercamiento moderno se hace en Francia desde el mundo del niño, la educación y la pedagogía, no separándose el juego del juguete hasta que llegamos al siglo XXI y gracias al fenómeno de los juegos modernos.

Se empieza a estudiar por la academia con trabajos como *Board Games* (Parlett 1999) o *Games: American Boxed Games and Their Makers 1822-1992* (Whitehill 1992) y se empiezan a crear museos específicos como el Musée Suisse du Jeu (1987), Bayerisches Spiele-Archiv (1996), el Deutsches Spielarchiv (2010) de Nuremberg y el Fonds Patrimonial du Jeu de Société (2020)¹, asociado a la *Sorbonne de París* con más de 12.000 juegos², proveniente en parte de la colección personal de Bruce Whitehill. Su estudio en España es mínimo como el mundo del juguete (Capellà 2014), tanto en la academia como en los museos existentes, aunque existen algunas colecciones privadas con miles de piezas, como ejemplo el Museo-Archivo Manuel Borràs en

1. <https://www.univ-paris13.fr/fonds-patrimonial-du-jeu-de-societe/>

2. <https://www.youtube.com/watch?v=UJlbgkkt-M>

Mataró, que como explica en una entrevista el director comercial actual de Educa-Borrás: “Es un tema que nace del interior de una persona en concreto que tiene ese nivel de emocionalidad hacia el producto y tiene los recursos para poder hacerlo”³. También existe un proyecto de crear una biblioteca municipal especializada sobre juegos en Barcelona, de la mano de Oriol Comas para 2024.

Partimos como fuentes bibliográficas de los pocos libros editados en castellano por: Comas (2005), Corredor (1999), Fernandez (2013), López (2013), Paya (2017) y de la información recopilada a través de catálogos y reseñas. La mayoría son libros divulgativos como; *¡Y tiro porque me toca!* (Pizarro 2021), con un tratamiento nostálgico, aunque resalta el trabajo utilísimo para esta investigación de Juan Hermida, *PBP Palouzié, Borrás, Poch – la Historia del Juguete 1891-1984* (Herminda 2021), realizado con la ayuda del Museo-Archivo Manuel Borràs, y que sigue a publicaciones como *Games Makers 2 The empire. Roberts Bros.1890-1957* (Watkins 2020), *Board Games* (Parlett 2018), o *Vintage Board Games* (Seville 2019).

LAS ÉPOCAS DEL JUEGO DE MESA

Entendemos juego de mesa o tablero, aquel que consta de unas reglas, necesita algún tipo de componente físico para su realización y se realiza en un espacio acotado. Como producto comercial y de consumo tienen una clasificación histórica, según diferentes autores, dividida por la tecnología y la socioeconomía, marcando como inicio tras la aparición de la imprenta.

Por ejemplo, Parlett (2018) los divide en tradicionales y modernos, desde que empiezan a ser manufacturados en el siglo XX, entendidos como una producción industrial, dividiéndolos en: clásicos, incluyendo tradicionales y *mass market*; especializados, productos con propiedad industrial, segmentados a diferentes audiencias; y juegos de género (*pulp games*), que utilizan ideas

3. <https://aepuzz.es/pasado-presente-y-futuro-de-la-marca-educa-borras>

culturales extraídas de películas, libros, televisión, etc. Woods (2012) los divide en: clásicos, sin autoría; *mass market*, editados por empresas jugueteras para el mercado masivo; y *hobby games*, subdividiéndolos en: de guerra, de rol, de cartas coleccionables, *eurogames* y americanos o *ameritrash*. Otros matizan estas divisiones, no considerando el *Monopoly* y el *Risk* modernos, solo los *eurogames* y los juegos “diseñados” como tales, pero si lo hacen Rogerson y Gibs (2018), Arnaudo (2018) considera modernos a todos los realizados desde 1980. Esta disparidad de criterios, nos hace más adecuado a Donovan (2018) que define 4 “eras” para clasificarlos, la era popular (*folk era*) cuando los juegos se transmitían oralmente, la era de la producción masiva (*Mass production era*), la era del plástico (*Plastic era*) cuando el plástico cambio la producción y el diseño, para acabar con la era actual (siglo XXI) que denomina la era de la conexión (*connected era*), en la que indica como característica principal el uso de las redes sociales para su expansión.

Mientras unas divisiones tienen en cuenta el juego como estilo de diseño y otras como comunicación y producción, se debería tener en cuenta que la taxonomía se debe plantear más relacionado con la conceptualización, producción y transmisión, desde una perspectiva de historia cultural, unificándola con las etapas productivas. De acuerdo la clasificación cronológica de Brown (1996) en su historia sobre el juguete británico, lo expuesto anteriormente y basándose en trabajos anteriores (Catalán 2017) (Catalán 2020, p. 61), se crea una nueva división, siempre conceptualizándolo como un producto cultural moderno.

Así nos encontraremos con 5 épocas para el mercado de Europa y E.E.U.U.:

- Universal (hasta el siglo XVI): los juegos no tenían autoría y eran transmitidos oralmente, abarca desde del nacimiento del juego de tablero hasta la imprenta.
- De producción en serie (del XVII a 1870): Se reproducen de manera artesanal, con los primeros

medios de producción impresa. Desde el nacimiento de la imprenta, hasta la Revolución Industrial del XIX.

- Industrial o del *mass market* (1870 a 1950): los juegos se convierten en un producto de consumo para todos los públicos, pensando en coste/venta más que en producto/jugador.
- Del marketing (1950 a 1990): Se continúa produciendo en masa, pero la oferta se segmenta por edades, grupos e intereses, apoyada en el marketing pero sin pensar en la experiencia de juego. Desde los años 50, hasta los 90 del siglo XX.
- De la edición (1990 hasta la actualidad): Se externaliza la producción y simplifican los procesos de diseño gracias a la informática. En creación del producto se tiene en cuenta al autor, planteándose el producto de una manera completa bajo el prisma del diseño y orientándolo al jugador.

Las épocas del juego en España

Esta división anterior es adecuada para Europa y Estados Unidos, pero ha de tener diferencias notables en el caso de España por su propia historia económica, tecnológica y política. El juego de mesa ha ido de la mano del juguete, pero por sus características es un segmento de mercado muy especializado.

Siguiendo los trabajos de Paya (2017), Capellà (2014) y propios (Catalán 2020), podemos llegar a una división histórica por épocas más adecuada a España. en el siglo XX, en la que vemos que todas las épocas se retrasan en el tiempo, excluyendo además la “de la edición” ya que nace en el siglo XXI en España (Catalán 2017), llamando a este espacio temporal como “de crisis”.

- Época universal – (hasta aprox. 1880)
- Época de la producción en serie – (1880 a 1930)

- Época industrial – (1931 a 1975)
- Época del marketing – (1976 a 1992)
- Época de crisis – (1993 hasta 2002)

Época universal – (hasta la primera industrialización, aprox. 1880)

Como antecedentes a 1880, encontramos tres puntos de partida en el nacimiento de fabricantes y productores: los fabricantes de naipes, los artesanos de la madera y los editores de libros. Cataluña, Madrid y el Norte de España, son los polos en que la artesanía empieza a industrializarse y donde se convierten talleres a la producción en serie. La mayoría de las empresas utilizaban los juegos de cartas y tablero para completar sus catálogos de juguetes, existiendo una fina línea en todo aquello que pudiera ser educativo y fabricado con papel o cartón: juegos de mesa, puzzles, recortables, teatros, rompecabezas, etc. Además, no contaban con ningún tipo de autoría reconocida y podían ser producidos y comercializados por cualquiera. Un ejemplo es Isidro Baque, que en 1847 creó la Casa Baqué en Barcelona, dedicada a la tornería en madera y fabricar piezas para *Dominó, Oca, Damas, Loterías, Asalto o Aduana* y para todo tipo de fabricantes, además fabrica desde utensilios de cocina, a piezas para articular muñecas.

Época de la producción en serie – (1880 a 1931)

Europa vivía una inspiración desbordante en el diseño de juegos con el nacimiento de la cromolitografía, el impulso de la pedagogía, la industrialización y la creación de una nueva burguesía, con cientos de diseños, principalmente con un interés moralizante y pedagógico (Seville, 2019). En España el mercado principal estaba en los centros industrializados como Cataluña y el Norte Español, pero menor que en Europa por el retraso industrial, educativo y económico. Se nutría por importaciones y fábricas artesanales con estructura familiar, en un mercado pequeño y

producto de calidad y utilizaba la maquinaria para crear otros productos para el menaje y el hogar. La comercialización estaba en manos de grandes bazares, que marcaban la producción a los fabricantes, aunque también existían pequeñas tiendas ambulantes (Capellà 2014).

Casa Baque fabrica piezas de ajedrez en 1904 siendo el primer fabricante reconocido, premiado en París en 1928. En 1920 introdujo el *Mahjong*, versiones simplificadas que se pusieron de moda. Proveía a diferentes jugueteros que lo vendían como un artículo más en catálogo. También vendía en su tienda de Barcelona cajas de fichas como *El Asalto* o las damas y juegos de ajedrez. Siguió fabricando hasta finales de los años 40.

Isidro Palozuie instaló una fábrica en Barcelona de productos deportivos y educativos, asociándose con la Casa Baqué, empezando la fabricación, venta y distribución de juegos a principios del XX. En 1898, Palouzié crea la primera caja de *Juegos Reunidos*, a imitación de las importadas de Francia como *El Caballo Blanco* (Nain Jaune) y *Magia Blanca o Moderna* (Jeux Phsique) de JL. Julien. En 1907 fabricaba juegos como parte de su negocio, ya que vendía desde banderas a gigantes de feria, o arcos con flechas.

Agapito Borrás crea empresa en Calella (1891) y empieza a fabricar rompecabezas (1902), fabrica la *Ruleta Parisien*, su primer juego de sociedad, le siguieron *Dominós*, *La Aduana*, la *Lotería*, *El Asalto*, *La Escalera*, *El juego del 25*, etc. Borrás estaba al tanto de las novedades alemanas y conocía los productos de Spear's games, importaba litografías de fabricantes alemanes como Juegos Sala y de Jeux Nathan de Francia, o de Chad Valley en Inglaterra. La empresa Sala tiene relación con Juguetes Borrás desde 1904, vendiendo láminas litografiadas para puzles y juegos, lo que indica la falta de diseño y producción propia, montando los diseños europeos con fabricación local y su propia marca. Borrás trasladó la fábrica de Calella a Mataró en 1906.

En 1913 realizó sus propias versiones de estos fabricantes: *A través del desierto*, *Acuario*, *Carreras de Automóviles*, *Excursiones de Auto*, *Los Turistas*, etc., lo que actualmente se denominaría “localización de productos”. Por ejemplo, *A bordo del Infanta Isabel* es una adaptación, cambiando el nombre de un juego de Spear’s games y *Viaje en Dirigible* es una adaptación de *Das Lenkbare Luftschiff* (1910) de Juegos Sala. La reutilización de temas y diseños era frecuente. *Viaje al Polo Norte*, basado en las expediciones al Polo Norte, es una adaptación de *The Game of the North Pole* de Spear’s Games de 1910, que a su vez es una copia de *Frithjof Nansen’s Noordpoolvaart* sobre la expedición noruega al ártico, editado por juegos Sala en 1897. La fabricación de juegos y juguetes se potenció por la Primera Guerra Mundial, ayudando a la creación como industria.

Baqué torneaba piezas, Borrás creaba piezas y cajas, y el impresor Plauber hacía litografías para cajas y tableros, creándose productos casi idénticos por los tres fabricantes con piezas de los otros. Plauber distribuía a través de Palouzié, Borrás por una red de propia de representantes y Baqué por su tienda física u otros vendedores. Borrás también vendía juegos que hoy denominaríamos de “marca blanca” para terceros, identificables con las siglas A.B. en las reglas. En 1924, Borrás y Palouzié se aliaron con los roles definidos de fabricante y vendedor, naciendo aquí conceptos como los *juegos de Magia* en 1933.

En 1929, el catálogo de Juguetes Borrás incluía cuatro o cinco tamaños de caja y calidades de cada juego: *Aduana*, *Asalto*, *Oca*, *La Escalera*, *Damas*, *Dominó*, *Molino*, *Halma*, *A través del desierto*, *A bordo del Infanta Isabel* (1913), *Los alegres aviadores*, *Viaje en dirigible*, *Hipódromo*, *Las guerras modernas*, *Combate naval* y *El polo norte*. Incluía también tres versiones de *Parchesis*: *Ludo*, *Hombre no te enfades*, y *Cubierto y Cogido*, todas versiones de un diseño alemán.

Prácticamente se trataban de los mismos diseños de hace veinte años, no existiendo una competencia real para Juguetes Borrás,

además José Paluzié era el gran representante de los juguetes en toda España desde 1919, con multitud de pequeñas empresas que producían todo tipo de productos, creando prácticamente un monopolio entre los dos en el juego de mesa como una categoría más de su oferta de juguetes. Esta época es denominada la Edad de Plata del Jugete Español según algunos autores (Paya 2017).

Época industrial – (1931 a 1975)

Después de la crisis del 29 y los años de la Guerra Civil que paralizaron la producción, en los años 40 y 50, Juguetes Borrás seguía siendo la empresa de referencia. Aparecen adaptaciones de mecánicas antiguas a otras temáticas como *Rodin*, que utiliza una ruleta para la compra/venta de muebles y simular una mudanza, o *Gran Circo*, parecido al parchís, *Raid Aéreo*, juego de recorrido con ilustración de Roc Riera, y la versión de los concursos radiofónicos *¿Lo toma o lo deja?* o *Medio Millón*. La radio juega un papel fundamental como medio publicitario para Borrás en programas de concursos, y como publicidad en prensa *La Vanguardia* o el *Diario de Barcelona*, además de los catálogos de grandes almacenes como *Jorba*, *El águila* o *El Siglo*.

Existen otras iniciativas de producción, pero todas copias. En 1935 Francisco Leyra copia el *Monopoly* con las calles de Madrid, con el nombre de *El Palé* (acrónimo de Paco Leyra, “Pa-le”), con el subtítulo “Compra, venta, negocia” y la indicación de “Instructivo”, y el omnipresente Palouzié lo distribuye en 1948 hasta 1963. Existía otra copia del *Monopoly* llamada *La Paz*, editado por Creaciones Corominas en Madrid a mediados de los años 50, y otra llamada *Danza de millones*, de los años 40.

Quizás la iniciativa más significativa fue la de Francisco Roselló, con su marca Juegos Crone y su slogan “*Después de cada comida, una partida alarga la vida*”, muy conocida durante los años 50 y 60. La mayoría de juegos Crone eran adaptaciones en un formato compacto y unificado, que nadie se había interesado en comercializar en España: *Detectives*, copia de *Cluedo* de

Waddingtons; *La conquista del mundo*, copia del juego de Miro luego conocido como *Risk*, y otros de Parker Brothers como *Finanzas*, *Carreras* y *Bachiller*.

Desde 1947 hasta 1963 fueron, por supuesto, comercializado por Palouzié y el propio Roselló de manera personal, con una producción limitada y artesanal de gran calidad para los estándares de la época, con diseños cuidados y formatos duraderos. Un acuerdo entre Miro, Parker Brothers y Waddingtons con Borrás, consiguió que Roselló pagara unos pequeños royalties por sus ediciones a partir de 1963. En 1968 la edición por parte de Borrás de los juegos originales hizo que la empresa cesara su actividad, pero estas ediciones había servido a diferentes generaciones urbanas para introducir estos juegos que no los hubiera conocido de otra manera.

Otros fabricantes como Geyper inició la fabricar en 1950, con una caja de *Juegos Reunidos* con materiales clásicos de madera. En 1960 comienza a inyectar piezas de plástico, estandarizando la producción y abaratando costes. Crea referencias según la cantidad de juegos clásicos incluidos, 10, 15, 20, 25, 30, 35 y 40, con precios más populares⁴. En 1968 crea una línea con materiales más sencillos y producción masiva, convirtiéndose en un regalo estrella⁵ para todos los niños.

Una figura importante en el desarrollo de la industria de los juegos de mesa desde 1963 fue Manuel Borrás, que con 25 años inicia una serie de cambios en su empresa para equipararse a Europa: cambios estéticos (diseños y logo), producción (calidades y externalización), licencias (Parker, Miro, Waddingtons) y exportación.

Es un momento de cambio, la empresa Parker Brothers, propiedad de la multinacional General Milles desde 1968, desembarcaba en Europa a través de empresas familiares, que se convierten en

4. <http://www.humbertsanz.com/2013/07/juegos-reunidos-geyper.html>

5. <http://www.humbertsanz.com/2013/08/juegos-reunidos-geyper-2-parte.html>

sociedades de acciones. intercambia participaciones con empresas como Miro en Francia, para comercializar *Monopoly*, haciendo lo mismo con Waddingtons en Inglaterra, con *Cluedo* y Miro con *La conquête de monde* convirtiéndolo en *Risk*. Se crea con ello una red clientelar entre empresas, que empezarán a editarse productos durante años, convirtiéndolos en producto de consumo masivo. En Alemania en cambio se empieza a crear una línea nueva de productos conocidos como juegos de estilo alemán, los precursores de los *Eurogames* (Woods 2010).

La conexión con Miro hizo Borrás se conectará con Waddingtons y Parker Brothers, convirtiéndose en un fabricante más del grupo, pero solo como editor para traer los productos más comerciales a España, como *Cluedo*, *Formula 1* y *Risk*. Además, creó un catálogo impreso para los productos, una red de representantes multiproducto, produjo anuncios de televisión y renovó productos de la compañía como *Magia Borrás*, sin dejar de editar clásicos como *Lotería*, *Parchís*, *Asalto* o *Damas*. Con ello creo una empresa que tenía el liderazgo del mercado durante bastantes años, pero a la vez eliminaba la competencia y potencialmente también la creatividad.

Época del marketing - (1976 a 1992)

Borrás edita por primera vez bajo licencia de Parker, *Cluedo* en 1975, juego ya editado por Crone, diseñado en 1949; igual que *Risk* en 1977, también creado en 1957 y editado por Crone como *La conquista del mundo*; y *Scrabble* en 1977, juego de 1949. Esto demuestra el retraso en cuanto a la innovación y la oferta con Europa, aunque se estaba pendiente del entorno, ya que edita *Petropolis* (1978) y consigue la licencia de los juegos y puzzles de *La guerra de las Galaxias* (1977), pero apenas vendió 3000 ejemplares, el público estaba más motivado para comprar otra serie de productos como las figuras de acción, u otros productos de su catálogo como *Monopoly*, que según Hermida (2021), vendía

38 Víctor Navarro-Remesal, Marta Martín Nuñez, & Antonio José Planells de la Maza

más de 30.000 unidades al año, lo que creaba una nula necesidad de innovación.

Los cambios económicos y la apertura a Europa permite que nazcan otros fabricantes, por ejemplo, Juguetes Educa creada por los hermanos Sallent. En 1973 empezaron con juegos educativos, un mercado desaparecido entonces, y llegaron a un acuerdo de colaboración con Ravensburguer (1884), una de las más importantes empresas de Alemania y editan *La Liebre y la Tortuga* (1973) de David Parlett, primer juego que obtuvo el premio Spiel des Jahres (juego del año en Alemania) en 1977, igual que *Scotland Yard* (1982) y *Heimlich & Co* (1986), aunque la repercusión del premio para el público en España fue nula. Otros juegos populares de la empresa son *Laberinto* (1986), *Viaje por España* (1988) o *El Lince* (1993).

Diset, acrónimo de “Diseño técnico”, fue creada en 1971 por cuatro diseñadores e ilustradores para diseñar puzzles y juegos educativos, entre ellos Arturo Pomar⁶. Sin éxito, la empresa fue adquirida por M&R de Monchy en 1974, un grupo holandés nacido en 1851 responsable de la marca Jumbo, con títulos como *Stratego*, versión moderna del *L’ataque* de principios del siglo XX. En 1985 consiguen la licencia de *Trivial Pursuit* (1981), con mucho éxito, aunque sufrió la crisis de los 90 siendo vendida a la empresa Gran Tibidabo y estuvo a punto de cerrar. Perdió la licencia de *Trivial Pursuit* a manos de Juguetes Borrás en 1992 y en 1993 crea el juego *Party & Co.*, una mezcla de juegos de preguntas, dibujo, mímica, etc., que se edita en múltiples versiones y temáticas. Según la propia compañía, es el juego español más vendido del mundo.

CEFA – Celulosas Fabriles nace en Zaragoza de la mano de Eduard Blanchard en 1946, pero no empieza a producir juguetes hasta los años 60 y decide comercializar *El Palé* cuando Palouziè

6. Progama de radio: “La noche en vela El origen de los juguetes” RNE 05.01.2015
<https://www.rtve.es/play/audios/la-noche-en-vela/paseos-historia-origen-juguetes/2941474/>

deja de distribuirlo en 1963. En 1980 crea un departamento propio de diseño de la mano del creativo publicitario Pepe Pineda, con el ilustrador Isidre Monés. Crean una copia con ambiente naval del Monopoly, *La ruta del Tesoro* (1980) y copias de Scrabble con el nombre *Intelect* y del Boogle con *Inteletra*, y multitud de adaptaciones y rediseños de otros juegos sin licencia, *Lepanto* copia de *Campaign* (Waddingtons), *Misterio* copia de *Cluedo*, *Alerta Roja* copia de *Scotland Yard*, *Drácula* copia de *Stratego*, todos ellos editados y reeditados durante años sin permiso.

Su gran éxito fue *En busca del Imperio Cobra* (1983), que llegó a vender 300.000 ejemplares en su trayectoria. Otras creaciones del equipo fueron: *El Imperio cobra II*, *Dracos*, *Sinaí*, *Distrito 21*, *Dagon*, *El templo de Cristal*, *El cetro de Yarek*, *El fantasma de la ópera* y *Defensores de la Tierra*. Todos juegos sencillos para un público infantil con una mecánica de recorrido con cartas, mucha aleatoriedad y unas ilustraciones basadas en el imaginario de diseño clásico de los años 50 a 70, Fuman-chu, Conan y el cine de terror clásico, el referente de sus autores. No tenían innovación en su diseño, eran *Roll & Move* basados en la suerte de dados y cartas. Como cuenta el ilustrador Isidre Monés (Pizarro 2021): “durante la creación del juego con Pepe Pineda, las reglas se hacían al final, después de plantear la idea del producto como imagen”. Tuvieron mucho éxito, toda la producción llegó al millón de ejemplares vendidos en España durante años, aunque los diseños no estuvieron nunca acreditados a sus creadores y pertenecen a la compañía CEFA.

General Mills, dueña de Parker Brothers desde 1968, se interesó por el grupo Palouzié (Palouzié juguetes, Novedades Poch y Juguetes Borrás) siendo adquirido en 1980, el nombre elegido fue P.B.P SA, convirtiéndose en la mayor juguetera de España por facturación en aquellos momentos. La gestión quedó en manos de Borrás, Palouzié y Poch, bajo supervisión americana donde los juguetes solo eran un sector más de actividad. Parker Brothers sufría una crisis de creatividad y sus ventas bajaron en todo el mundo, debido a fenómenos como *Trivial Pursuit* o la consola

Atari (Carlisle 2009, p. 53), entonces General Milles decidió dejar el sector del juguete y crea una división llamada Kenner Parker Toys Inc. para deshacerse del negocio. Esta se vendió a Tonka en 1987, luego fue absorbida por Hasbro en 1991. Ese baile de empresas hizo que desde 1981 a 1985, los mismos juegos llevaran impreso en España, las marcas Borrás, Kenner, Parker y P.B.P. De este periodo son *Fortune*, *Mad* (1979), *Busca y Captura* y *Sorry*. Su slogan era “Juegos para la familia”. En ese momento, disensiones en la gestión, hicieron que Manuel Borrás dejara la dirección en 1984 y otros directivos siguieron el camino.

En 1985 Manuel Borrás vuelve a fundar una empresa, Juguetes Recreativos, con un primer producto *Magistral*, juego de preguntas y respuestas a imitación de *Trivial Pursuit*. En 1986 recupera la fabricación de *Magia Borrás* y su propia marca, tras la retirada de General Milles de España. También recupera las licencias de *Monopoly*, *Boggle*, *Scrabble*, *Cluedo*, *Risk*, *Mad* y *31 Días*. En 1987 edita *El valle de los dinosaurios* (1985) y *Atlantis* (1986) de Waddingtons, precursores del juego moderno. La colaboración con Waddingtons fue amplia a principios de los 90, ya que editó *Policías y Ladrones*, *Caras Locas*, *La Llave del reino* y *Bichos Verdes*.

Su sistema de edición y producción era precursor del actual, el diseño se licenciaba de editoriales extranjeras, o de diseñadores internacionales por representantes, el producto se localizaba en un departamento interno, donde se hacía la traducción y se encargaba un nuevo diseño gráfico e ilustraciones adecuadas al mercado nacional, luego la producción de componentes se realizaba en empresas externas, incluso se importaban piezas de inyección de los productores originales. El proceso era ya como una editorial de libros, no como una fábrica de juguetes.

En 1993 en un intento de renovar su catálogo encontramos *Golpe*, versión de *Junta* (1978) de West End Games y *Dungeon & Dragons* – caja roja. Ese año aparece *Atmosfear* (1991) juego con soporte en video, creado por Phillip Tanner y Brett Clements,

aunque ese año se pierde la licencia de sus estrellas en ventas, *Monopoly* y *Risk*, por la absorción de Parker a manos de Hasbro.

La llegada de los juguetes electrónicos, los videojuegos y las crisis de los 90, hizo que cerraran empresas jugueteras como Geyper o Exin y muchas tiendas de juguetes. La edad de oro del software español, entre 1983 y 1991 en el sector de los videojuegos de la mano de ERBE, atacó al sector e hizo que el interés de niños y adolescentes, a los que estaban dirigidos los juegos de mesa, se trasladara al videojuego, produciendo un descenso de ventas para fabricantes y jugueterías. Fue el fin de una manera de concebir el mercado, el sector se basaba entonces en un público y temporalización muy determinado, vivía de diseños clásicos, la publicidad en televisión y el precio bajo, sin pensar en la innovación y la creación de mercados nuevos y nuevos productos. La poca innovación no llegaba a tener el tiempo para desarrollarse y llegar al consumidor debido a la estructura del propio mercado, rígido en cuanto a producción, distribución y venta.

Acercamiento a los Hobbygames - NAC y Joc Internacional

La innovación venía en los 80/90 desde los *Hobbygames* (Woods 2012), con un mercado emergente en los países anglosajones, acelerado por el juego de Rol creado por Gary Gigax con *Dungeons & Dragons* (1970). Aquí no se había realizado ningún intento de su comercialización, centrados los fabricantes solo en un producto orientado a los niños y estacional en las fiestas navideñas, habían olvidado por completo el mercado adolescente y también el adulto, solo cubierto por juegos como *Trivial Pursuit* o similares. No se produjeron intentos de cambio hasta mediados de los 80 y por compañías pequeñas, como Dalmau Carles Pla que en 1985 consiguió los derechos de *Dungeons & Dragons*. El juego había tenido mucho éxito en países anglosajones y lo adquirió para crear una nueva línea de productos, pero el desconocimiento del producto por parte de vendedores y consumidores hizo que dejara de producirse en 1988. Los derechos pasaron a un productor

musical, Dr. Music, que no editó el juego, paralizándolo hasta 1993.

Nike & Cooper Española S.A. (NAC) nace en 1979, publicó cerca de un centenar de productos, editó *La fuga de Colditz* (1980) basado en la serie de la BBC, a los que siguieron diseños temáticos y de simulación histórica, más simples que los editados por empresas como las americanas Avalon Hill o SPI. Crearon: *La Guerra Civil española, Bailén, Asalto al Banco de Inglaterra, La conquista del Oeste, Mafia, El día más largo, Rommel y Montgomery, etc.* Joc Internacional fue fundada por Francesc Matas en 1985 en Barcelona para editar juegos de rol, era heredera de Joc Play S.A., importadora de juegos de Avalon Hill y SPI. En 1988 publica *La llamada de Cthulhu* (1981) y *Runequest* (1978), y el juego de Rol de *El señor de los anillos* en 1989, al que siguieron diferentes juegos de rol nacionales. En 1991 realizó una edición de juegos como *Civilization* (1980) y *Diplomacy* (1957), pero tuvieron una distribución muy limitada.

Época de Crisis – (1993 hasta 2002)

En 1993 se produce una profunda crisis en el sector en España debido a la crisis después de los JJOO de Barcelona, los cambios empresariales, la llegada de los videojuegos y los ordenadores personales. Los juegos de mesa tradicionales de CEFA, Borrás, Diset o Educa pierdan ventas y la gran parte del mercado se dividió entre productos de MB, con juegos/juguetes infantiles y *Scatergories, Tabú, etc.* y Hasbro que comercializa *Monopoly, Risk, Trivial Pursuit, etc.* Mattel por su parte comercializaba *Scrabble y Pictionary*. Mientras tanto en Europa empiezan a triunfar y ganar cuota de mercado, los juegos de autor y *Eurogames*, y en Estados Unidos e Inglaterra, los *hobbygames* y los juegos de rol empiezan a crear un público fiel, adolescente, familiar o adulto en cada segmento, que los toma como alternativa a los videojuegos como forma de ocio.

El mercado español se estanca en los menores de 12 años y los

juegos *Party*, donde las grandes superficies como Toys'r Us, El Corte Inglés o Carrefour marcan los precios y “el argumento de venta” son las campañas de televisión y la guerra de precios. Además, son épocas de productos sustitutivos como las consolas, *Game Boy*, ordenadores personales, etc. En España como hemos visto, algunos pioneros como Joc Internacional o NAC, intentan traer productos diferentes, pero las dificultades del mercado, junto con poca capacidad de financiación, comercialización y marketing, hacen que el mercado no empiece a cambiar hasta la llegada de *Catan* en 2002 en su edición en castellano, de mano de la primera editorial nacional de juego de mesa moderno, Devir Iberia. S.L, que cambia el paradigma actual (Catalán 2020, p. 108).

CONCLUSIONES

El juego de mesa en España siempre ha sido considerado como un producto accesorio del juguete dentro de la propia industria, aunque con características separadas, pero ha llegado actualmente a convertirse en un objeto cultural permanente en el tiempo, intergeneracional e intergénero, algo que no han conseguido otros productos.

Su nacimiento como industria en España no ocurrió hasta finales del siglo XIX, a diferencia de otros países del entorno, debido a problemas culturales y de desarrollo económico, copiándose los diseños imperantes en Europa que permanecieron inalterables, a pesar de que en el resto del mundo la evolución fue constante, llegando la mayoría de los productos al mercado español con treinta años de retraso. La copia y la falta de edición de la creatividad han sido una constante de todo el siglo, con copias tematizadas sin ninguna innovación y también la adaptación y copias de productos de éxito sin licencia.

Juguetes Borrás y la comercializadora de Palouzié crearon un monopolio en el sector desde los años 20, a nivel de diseño, producción y distribución, que encorsetó el mercado hasta prácticamente los años 70. Con la llegada de cambios económicos

nacieron editoriales como Diset o Educa, pero también a la vez se abrieron las puertas a multinacionales, que impusieron sus juegos/juguetes en un mercado solo desarrollado hacia el público infantil y estacional.

A diferencia de EE.UU y Europa donde produjo un resurgimiento y redefinición de los juegos desde los años 80, en España no se produjo debido a una parálisis y falta de visión del sector tradicional. Hasta 2020 con el nacimiento de Devir Iberia de la mano de Joaquim Dorca y la edición de Catan en el mercado español, no renació la oferta y el mercado y comenzó a entenderse como un producto editorial para todos los públicos y creado por autores (Catalán 2018).

Para finalizar resaltaremos que, durante el siglo XX en Europa y Estados Unidos, los juegos iban evolucionando con la sociedad como producto educativo, de consumo y entretenimiento para diferentes capas sociales, aquí seguían existiendo como un tipo de juguete infantil. Existía un bajo nivel de creatividad, los fabricantes recurren a la copia de juegos creados en otros países, a la *retematización* de clásicos antiguos, o la licencia de productos extranjeros, incluso importando material impreso o componentes. Además, los pocos fabricantes y la baja oferta era notoria comparado con otros países, con el diseño encorsetado en las propias empresas, sin dar valor al autor. En cuanto al mercado, había una falta de conexión con el comprador y su forma de comercialización, repitiendo productos con simples cambios estéticos a lo largo de las décadas, siendo sobrepasados como producto con la llegada del videojuego y por la falta de innovación empresarial en cuanto a su comercialización.

Este trabajo es un primer acercamiento para la creación de un marco teórico sobre la historia del juego de mesa en el siglo XX en España, donde la principal conclusión es que se denota una falta de creatividad y novedad por las características del propio mercado, que no tiene comparación con otros países como Francia, Alemania o Inglaterra, creando una tendencia durante el siglo XX,

que no ha cambiado hasta comienzos del XXI, con la llegada de los juegos de mesa modernos y el nacimiento de editores, autores y canales de venta, iguales a otros mercados occidentales.

Nota:

Los juegos están representados en *itálica* con su denominación comercial en España, no se ha citado la autoría de cada uno y en algunos la fecha de realización, por un problema de extensión del artículo. Sirva de todos modos para reivindicar que los juegos tienen autores, como cualquier otro producto cultural. Se recomienda para ampliar la información de cada uno el uso de la base de datos *Boardgame Geek*. www.boardgamegeek.com

BIBLIOGRAFÍA

Aarseth. E. “Computer game studies, year one”. In *Game studies* vol 1, no. 1, 2001 <http://gamestudies.org/0101/editorial.html>.

Aarseth. E. ‘Just Games’. In *Game studies* vol. 17, no. July, 2017 <http://gamestudies.org/1701/articles/justgames>.

Arnaudo, M. *Storytelling in the Modern Board Game*. McFarland, 2018.

Brown. K. *The British Toy Business: A History since 1700*. Rio Grande, Ohio: Hambledon Press, 1996.

Boutin, M. “Les jeux de pions à la Belle Époque”. In *Board Game Studies* vol. 7, 2004. http://bgsj.ludus-opuscula.org/PDF_Files/BGSJ_Issue_7_web.pdf

Burton. A. “Design History and the History of Toys: Defining a Discipline for the Bethnal Green Museum of Childhood”. In *Journal of Design History*, vol. 10, no. 1, 1997: 1-21. Oxford University Press. <http://www.jstor.org/stable/1315945> .

46 Víctor Navarro-Remesal, Marta Martín Nuñez, & Antonio José Planells de la Maza

Catalán. A. “Estudio sobre la evolución del juego de mesa y su transformación en producto editorial”. Trabajo de licenciatura, ISEC, Lisboa, 2016.

Catalán. A. “The board game designer: An approach”. In *Catalan Journal of Communication and Cultural Studies* vol. 10, no. 2, 2018: 270-278, International Journals, UK .

Catalán. A. “Cultura y juegos de mesa analógicos”. Trabajo Fin de Máster, UOC, Barcelona, 2020. <http://openaccess.uoc.edu/webapps/o2/handle/10609/121635>

Carlisle. R. *Encyclopedia of Play in Today's Society*. SAGE Publications Ltd. Londres, 2009.

Capellà Simó. P. “La història de la joguina: estat de la qüestió d'una reconstrucció disciplinària”. In *Educació i Història: Revista d'Història de l'Educació*, no. 24, 2014: 219-242.

Capellà Simó. P. *La ciutat de les joguines, Barcelona 1840-1918*. Editorial Gregal. Barcelona, 2014.

Comas i Coma. O. *El mundo en juegos*. 1º edición. Barcelona. RBA libros, 2005.

Corredor-Mateos, J. *El juguete en España*. Madrid: Espasa-Calpe, 1999.

Donovan, T. ‘The four board game eras: Making sense of board gaming’s past’, In *Catalan Journal of Communication & Cultural Studies*, vol. 10, no. 2, 2018: 265-270. DOI: doi: 10.1386/cjcs.10.2.265_1.

Fernandez Poyatos. M. *Apuntes para una historia de la publicidad del juguete en alicante*. Universidad de Alicante, Canelobre, 2013.

Hamlin, David D. *WORK AND PLAY – The Production and*

Consumption of Toys in Germany, 1870-1914. Michigan: The university of Michigan press, 2007.

Hermida, J. *PBP Palouzié, Borrás, Poch – la Historia del Juguete 1891-1984*. Coleccionismo de Juguetes, Madrid, 2021.

López, J. *La edad de oro del juguete español*. El dragón dorado. Huelva, 2013.

Parlett, D. *The Oxford History of Board Games*, (Echo point Books & Media. Londres 1999), 2018.

Payà Rico. A. “Juego, juguete y educación en la pedagogía española contemporánea”. In *Espacios en Blanco – Serie Indagaciones*, no. 24, 2014: 115.

Payà Rico. A. *Una Breve Historia de la Industria Juguetera en España, 1967–2017*. 50 Aniversario AEFJ, 2017.

Pizarro, V. *¡Y tiro porque me toca!* Diabolo ediciones. Madrid, 2021.

Rogerson, M.J., Gibbs, M. “Finding time for tabletop: board game play and parenting”. In *Games Cult* vol. 13, no. 3, 2018: 280–300.

Scarpone, D. *Board Games*. Schiffer Publishing.Ltd, Atglen. Pa, 2002.

Seville, A. *Vintage Board Games*, White Star Publishing, Milan, 2019.

Watkins, M. J. *Games Makers 2 The empire. Roberts Bros.1890-1957*.Heritage Matters, Gloucester, 2020.

Whitehill, B. *Games: American Boxed Games and Their Makers 1822-1992*. Radnor, PA: Wallace-Homestead, 1992.

Whitehill, B. “American Games: A Historical Perspective”, In

48 Víctor Navarro-Remesal, Marta Martín Nuñez, & Antonio José Planells de la Maza

Board Games Studies vol. 2, 1999 <http://thebiggamehunter.com/wp-content/uploads/2009/12/American-Games-Perspective.pdf>

Whitehill, B. “Toward a Classification of Non-Electronic Table Games” In *Proceedings of Board Game Studies Colloquium XI* Lisbon, Portugal, 2008.

Woods, S. “Convivial Conflicts: The Form, Culture and Play of Modern European Strategy Games.” Tesis doctoral, 2010.

Woods, S. *Eurogames – The design, Culture and Play of Modern European Board Games*. Mcfarland & Company. London, 2012.