



M<sup>a</sup> Isabel del Val Valdivieso  
Juan Carlos Martín Cea  
David Carvajal de la Vega  
(Editores)

## EXPRESIONES DEL PODER EN LA EDAD MEDIA

Homenaje al profesor Juan Antonio Bonachía Hernando



Serie: HISTORIA Y SOCIEDAD, nº 221

---

Val Valdivieso, María Isabel del

Expresiones del poder en la Edad Media : homenaje al profesor Juan Antonio Bonachía Hernando / M<sup>a</sup> Isabel del Val Valdivieso, Juan Carlos Martín Cea, David Carvajal de la Vega. Valladolid : Ediciones Universidad de Valladolid, 2019

664 p. ; 24 cm. Historia y sociedad (Universidad de Valladolid) ; 221

ISBN 978-84-1320-030-9

1. Poder (Ciencias sociales) - Edad Media - Discursos, ensayos, conferencias.  
2. Bonachía, Juan Antonio - Discursos, ensayos, conferencias. I. Martín Cea, Juan Carlos. II. Carvajal de la Vega, David. III. Bonachía, Juan Antonio, homenaje

---

M<sup>a</sup> Isabel del Val Valdivieso  
Juan Carlos Martín Cea  
David Carvajal de la Vega  
(Editores)

# EXPRESIONES DEL PODER EN LA EDAD MEDIA

HOMENAJE AL PROFESOR  
JUAN ANTONIO BONACHÍA HERNANDO



EDICIONES  
Universidad  
Valladolid

---

No está permitida la reproducción total o parcial de este libro, ni su tratamiento informático, ni la transmisión de ninguna forma o por cualquier medio, ya sea electrónico, mecánico, por fotocopia, por registro u otros métodos, ni su préstamo, alquiler o cualquier otra forma de cesión de uso del ejemplar, sin el permiso previo y por escrito de los titulares del Copyright.

---

---

En conformidad con la política editorial de Ediciones Universidad de Valladolid (<http://www.publicaciones.uva.es/>), este libro ha superado una evaluación por pares de doble ciego realizada por revisores externos a la Universidad de Valladolid.

---

© LOS AUTORES. Valladolid, 2019

© EDICIONES UNIVERSIDAD DE VALLADOLID

Preimpresión: Ediciones Universidad de Valladolid

ISBN: 978-84-1320-030-9

Diseño de cubierta: Darío Álvarez

Dep. Legal: VA 638-2019

Imprime: Imprenta MANOLETE, Valladolid

## ÍNDICE

<b>Presentación</b> .....	15
<b>Palabras preliminares</b> .....	29
<b>Publicaciones de Juan Antonio Bonachía Hernando (1978-2015)</b> .....	21
<b>1.- Monarquía, señores y poder</b> .....	35
ESTEPA DíEZ, Carlos, <i>En torno al parlamentarismo: ¿qué ocurrió en 1188?</i> .....	37
CALDERÓN MEDINA, Inés, <i>Las hijas ilegítimas del rey en los reinos hispánicos occidentales (XI-XIII). Sus primeros años de vida</i> .....	43
REGLERO DE LA FUENTE, Carlos Manuel, <i>Juan Estébanez de Castellanos, canciller de Alfonso XI: entre Sahagún y Burgos</i> .....	53
VALDALISO CASANOVA, Covadonga, <i>La reina recibe una carta del rey. Comunicación política, correspondencia y propaganda en Castilla en la segunda mitad del siglo XIV</i> .....	63
MARTÍN PÉREZ, Fernando, <i>Castilla y el “mi poderio real absoluto”</i> .....	73
MARTÍN CEA, Juan Carlos, <i>Los banquetes del condestable Lucas de Iranzo: Consideraciones sobre su función en la cultura política castellana del siglo XV</i> .....	81
DEL VAL VALDIVIESO, M <sup>a</sup> Isabel, <i>Los Reyes Católicos y los reinos ibéricos</i> .....	91
BALOUP, Daniel, <i>Isabelle Ière de Castille et la guerre: un enjeu de légitimité (commentaires au chapitre XXXVI de la Crónica incompleta de los Reyes Católicos)</i> .....	101

GARCÍA FITZ, Francisco, <i>Persiguiendo sombras: los ballesteros de nómina en la Castilla bajomedieval</i> .....	111
HIDALGO, Francisco, <i>Evolución en los ejércitos de los Reyes Católicos: su contribución a la posterior revolución militar de Europa</i> .....	121
GAMERO IGEA, Germán, <i>Burgos y el Rey Católico. La Cabeza de Castilla y la Corte real</i> .....	131
ÁLVAREZ BORGE, Ignacio, <i>Crisis política y relaciones señoriales en la frontera del Ebro en la primera mitad del siglo XIV. Algunos ejemplos</i> .....	141
MUÑOZ GÓMEZ, Víctor, <i>Entre Lara, Vizcaya y el rey: una pesquisa por derechos señoriales de behetría en la Bureba (1417)</i> .....	151
GARCÍA FERNÁNDEZ, Ernesto, <i>Las Juntas de Saraube, los linajes y los señores de la Tierra de Ayala en la Edad Media</i> .....	161
GARCÍA HERRERO, María del Carmen, <i>La señora y el agua: sentencia arbitral de doña Jusiana Jiménez de Alagón (Cólera –Zaragoza-, 1266)</i> .....	171
ÁLVAREZ JUARRANZ, M <sup>a</sup> Luisa, <i>Mujer, mecenas en el reinado de Carlos V. Mencía de Mendoza</i> .....	181
OHARA, Shima, <i>El papel de la liga nobiliaria castellana en la introducción del culto jacobeo en Nueva España en el siglo XVI: los Fonseca y Santiago</i> .....	191
<b>2.- Iglesia y sociedad</b> .....	201
PERIBÁÑEZ OTERO, Jesús G., <i>Iglesia y sociedad en la Ribera del Duero burgalesa a finales de la Edad Media</i> .....	203
QUINTANILLA RASO, M <sup>a</sup> Concepción, <i>Política de vínculos eclesiásticos de la nobleza señorial: la casa de Baena y condado de Cabra en la Baja Edad Media</i> .....	213
MARTÍNEZ MORO, Jesús, <i>Iglesia y libertad en la Edad Media</i> .....	223
GUIANCE, Ariel, <i>Canonística y reliquias en la Hispania sueva y visigoda</i> .....	233
RUIZ ASENCIO, José Manuel, <i>Una vez más sobre los 200 mártires de Cardaña</i> .....	243
NAVARRO BAENA, Alberto, <i>El tumbo legionense y el cabildo catedral de León (1116-1124)</i> .....	253

BAQUERO MARTÍN, M <sup>a</sup> Jesús, <i>Santo Domingo de Guzmán. Su imagen simbólica</i> .....	261
PRIETO SAYAGUÉS, Juan A., <i>El dominicanismo del linaje Manuel y de la corte: una devoción de influencias mutuas en la Baja Edad Media</i> .....	271
ORTEGA BAÚN, Ana E., <i>Camino a la perdición. Monjas en Castilla que rompieron el voto de castidad, siglos XIII al XV</i> .....	281
CAVERO DOMÍNGUEZ, Gregoria, <i>El Cister femenino en el repartimiento de Sevilla</i> .....	291
DE AYALA MARTÍNEZ, Carlos, <i>Metus regius en Castilla. A propósito de una bula de Clemente III</i> .....	301
GAVILÁN DOMÍNGUEZ, Enrique, <i>Teatro medieval: la mirada y el vacío</i> .....	311
<b>3.- La ciudad medieval</b> .....	<b>319</b>
BUENO DOMÍNGEZ, M <sup>a</sup> Luisa, <i>Reflexiones sobre la ciudad medieval</i> .....	321
SANZ MARTÍN, Álvaro J., <i>Estudiar las ciudades de Castilla y León en el siglo XIII. Fuentes, enfoques y perspectivas</i> .....	331
SOLÓRZANO TELECHEA, Jesús Ángel, <i>La recuperación del fuero de Castro Urdiales de 1202</i> .....	341
MARTÍNEZ SOPENA, Pascual, <i>Valladolid, 1217. La hora de Fernando III</i> .....	351
RUIZ, Teófilo F., <i>Burgos a principios del siglo XIV: sociedad y economía</i> .....	361
PEINADO SANTAELLA, Rafael G., <i>En los inicios de la Granada mudéjar: el memorial de Juan de Valladolid (1495)</i> .....	371
SANTO TOMÁS PÉREZ, Magdalena, <i>Hospitales vallisoletanos y la asistencia sanitaria-caritativa: del hospital de Santa María de Esgueva al hospital de la Resurrección. (s. XII-XVII)</i> .....	381
REBOLLO BOTE, Juan, <i>La escuela de Toledo, entre dos mundos (siglos XI-XII)</i> .....	391
PEDRERO ENCABO, Claudio Ignacio, <i>Sobre el puente mayor de Toro</i> .....	401
ARAUS BALLESTEROS, Luis y VILLANUEVA ZUBIZARRETA, Olatz, <i>El agua y la limpieza al servicio y ornato de la ciudad de Burgos a finales de la Edad Media</i> .....	411
NARBONA VIZCAÍNO, Rafael, <i>Ruzafa, una comunidad rural convulsa (1395-1403)</i> .....	421

ESTEBAN RECIO, Asunción, MAJO TOMÉ, Beatriz, POLLINO GONZÁLEZ, Felipe, <i>La voz del pueblo en Valladolid y Palencia a finales de la Edad Media. El redescubrimiento historiográfico del común</i> .....	431
OLIVA HERRER, Hipólito Rafael, <i>Sobre la violencia popular en Burgos, Valladolid y otras ciudades a comienzos del conflicto comunero</i> .....	441
PELAZ FLORES, Diana, <i>Montañas para ser recordada. La memoria familiar de los Velasco en Cervera de Pisuerga a través del testamento de Leonor Carrillo (1452)</i> .....	451
MONSALVO ANTÓN, José María, <i>Notas sobre privilegios de hidalguía anteriores al reinado de los Reyes Católicos: perfiles de la hidalguía en la región castellano-leonesa</i> .....	461
FREITAS, Isabel Vaz de, LEITE, Paulo Pereira, <i>Uma casa em Guimarães: Vivências e narrativas entre o ideal e o real no século XVI</i> .....	471
GARCÍA CAÑÓN, Pablo, <i>El ordenamiento concejil de la villa de Páramo del Sil (León) en el siglo XVI</i> .....	481
MARTÍNEZ GARCÍA, Pedro, <i>El flâneur medieval: la percepción del espacio urbano a través del viaje</i> .....	491
GONZÁLEZ DE FAUVE, María Estela, FORTEZA, Patricia de, <i>Viajar por tierras de Castilla a fines de la Edad Media. Un aporte más sobre el tema</i> .....	501
<b>4.- Economía y fiscalidad</b> .....	511
CARMONA RUIZ, María Antonia, <i>El cuaderno de ordenanzas de colmeneros de Sevilla. Siglos XIII-XIV</i> .....	513
CASADO ALONSO, Hilario, MIRANDA, Flavio, <i>El comercio entre Castilla e Inglaterra a través de los puertos de Bristol y Bilbao (1461-1504)</i> .....	523
HERRERO JIMÉNEZ, Mauricio, MOLINA DE LA TORRE, Francisco J., RUIZ ALBI, Irene, <i>Apuntes sobre las ferias de Villalón y sus rentas en los cuadernos de cuentas de los mayordomos del concejo (siglo XV)</i> .....	535
JIMÉNEZ ALCÁZAR, Juan Francisco, <i>Entre el ocio y el negocio: comercio y mercados medievales en los videojuegos históricos. Aproximación a su análisis</i> .....	545
GOICOLEA JULIÁN, Francisco Javier, <i>Notas sobre recaudación de alcabalas en los distritos fiscales riojanos a fines de la Edad Media (1480-1504)</i> .....	555

MARTÍN VISO, Iñaki, <i>Conquistadores e impuestos: Un estudio comparado entre Palestina e Hispania</i> .....	565
GÁLVEZ GAMBERO, Federico, <i>En torno a las “fianças de tierras e mercedes” (1446-1465)</i> .....	575
GALÁN SÁNCHEZ, Ángel, <i>Negociación y encabezamientos en el Sureste Penínsular, una práctica temprana</i> .....	585
GUERRERO NAVARRETE, Yolanda, <i>El “juro y deuda de la doblería” en Burgos durante el reinado de los Reyes Católicos</i> .....	595
CARVAJAL DE LA VEGA, David, <i>Del cambio local al negocio internacional: Cambiadores burgaleses en el tránsito a la modernidad</i> .....	605
RUBIO MARTÍNEZ, Amparo, <i>Un financiero de élite en los inicios de la modernidad. Apuntes biográficos sobre Fernando de Cuenca</i> .....	615
SÁNCHEZ MARTÍNEZ, Manuel, <i>El parlamento de Vilafranca de 1353: deuda pública, sistema fiscal municipal y vertebración urbana en Cataluña</i> .....	625
VERDÉS-PIJUAN, Pere, <i>La “flequeria” de la villa de Cervera durante el siglo XV: la génesis del monopolio fiscal sobre la venta de pan</i> .....	635
SANTAMARTA LUENGOS, José María, <i>Algunos usos económicos del agua en León en la Baja Edad Media</i> .....	645
<b>5.- Tabula gratulatoria</b> .....	<b>655</b>

# OCIO Y NEGOCIO: COMERCIO Y MERCADOS MEDIEVALES EN LOS VIDEOJUEGOS HISTÓRICOS. APROXIMACIÓN A SU ANÁLISIS

Juan Francisco JIMÉNEZ ALCÁZAR<sup>1</sup>

Universidad de Murcia

Cuando el ocio se convierte en negocio, queda configurado un proceso económico que deriva en la creación de un sector específico que vertebra la forma de ganarse la vida de muchas personas, tanto en la actualidad como en el pasado y lo será en el futuro. Todo dependerá de lo que se asuma como “ocio”, o si queremos denominarlo de otra manera, de “cómo emplear el tiempo libre”. El turismo hoy es un excelente ejemplo, pero también lo es la literatura<sup>2</sup>, el cine, determinados deportes de masas, espectáculos... En este caso, me dispongo a abordar el medio de expresión cultural del videojuego<sup>3</sup>, que ha llegado para quedarse. Es reiterativo últimamente insistir en que es un sector que moviliza recursos y dinero cada vez en mayor cantidad, y que está llamado a ser uno de los ámbitos de entretenimiento con más número de usuarios<sup>4</sup>.

El videojuego es un medio de expresión cultural y de entretenimiento, fundamentado en el uso de tecnología digital y sus manifestaciones audiovisuales, donde se utilizan diversos ingenios que responden a la progresión tecnológica con el fin de lograr una

---

<sup>1</sup> Este trabajo se inscribe en el seno del proyecto de investigación *Historia y videojuegos (II): conocimiento, aprendizaje y proyección del pasado en la sociedad digital* (HAR2016-78147-P), financiado por el Ministerio de Economía y Competitividad, Plan Estatal de Investigación Científica y Técnica y de Innovación 2013-2016, convocatoria de Excelencia 2016. [www.historiayvideojuegos.com](http://www.historiayvideojuegos.com). Algunas de las referencias gráficas (capturas de pantalla) de los videojuegos citados, se pueden consultar en la web del proyecto.

<sup>2</sup> LÓPEZ DE ABIADA, J. M. (ed.), *Entre el ocio y el negocio: industria editorial y literatura en la España de los 90*, Ed. Verbum, 2013.

<sup>3</sup> LÓPEZ REDONDO, I., *¿Qué es un videojuego? Claves para entender el mayor fenómeno cultural del siglo XXI*, Sevilla, Ed. Arcade, 2014.

<sup>4</sup> Datos ofrecidos por el IDATE DIGIWORLD: <https://en.idate.org/>. (Fecha de consulta: 1 diciembre 2017).

interacción por parte del usuario. Este hecho, el de la intervención directa por parte del jugador, es la gran novedad de este canal de comunicación, ya que participa de forma activa en el desarrollo del resultado final. Un videojuego lo es porque alguien lo juega, evoluciona con él y lo disfruta; o sufre. Puede parecer lo mismo en el caso de que pensemos que un libro solo lo es si alguien lo lee, pero no es así: el libro permanece inalterable en el resultado final que el autor ha querido darle, como una película o una melodía. El videojuego es ese final que culmina el videojugador. El fenómeno de la inmersión, de la experiencia de juego, es lo que lo define, identifica y hace distinto a todo lo anterior. Por lo tanto, llegado este punto, se trata de plantear la circunstancia que lleva a un videojugador medio, entendido por tal un usuario que se acerca a un título de contenido histórico sin mayor pretensión que la de entretenerse, y que adquiere, por la propia experiencia virtual del juego, unos conocimientos de los que, *a priori*, no son objeto en sí mismo de su interés.

Con estas premisas, que no por manidas no dejan de ser necesarias, me dispongo a abordar un tema que se postula en su forma exterior, leamos en lo que parece, como algo árido, complejo y arduo, pero que atrae más que lo que en un principio puede sugerir el balance, el nivel de gasto e inversión, el riesgo y la ganancia. Insisto en que experimentar el fenómeno económico trae de cabeza a millones de jugadores de mesa que se sientan a experimentarlo con un juego, ya asentado en nuestra cultura del ocio, y que conocemos como *Monopoly*<sup>5</sup>, cuya historia no es objetivo de esta aproximación pero que es conveniente tenerlo presente. No es otra cosa que un efecto de “simulación”, de aprendizaje al mundo de la oferta y la demanda, al del negocio en sí mismo, y que mantiene las bases esenciales del mercadeo, en este caso de bienes inmuebles. En los últimos años, y debido a la expansión de la mercadotecnia y el fenómeno *fan*<sup>6</sup>, se han comercializado bajo esta franquicia juegos adaptados con diverso trasfondo, desde *La Guerra de las Galaxias* a *Juego de Tronos*, hasta los referidos a temas propiamente de videojuego, como el centrado en personajes de Nintendo (Supermario, princesa Peach, Donkey Kong...), el de *Assassin's Creed* o el de *Skyrim*.

No es ninguna sorpresa tampoco aludir al amplio eco que han tenido juegos de mesa de estrategia diversa que tienen como objetivo el progreso y desarrollo económico y social en un pasado histórico, caso de *Los colonos de Catán* y sus diversas expansiones (*Navegantes de Catán*, *Mercaderes y Bárbaros*...) o de *Carcassonne* y las suyas (como *Constructores y comerciantes*), incluida la derivada *Cazadores y Recolectores* (ambientada en un contexto prehistórico pero basada en los parámetros del juego original

---

<sup>5</sup> Interesante el producto “hispanizado” de este juego, que pasó a conocerse con los nombres de *El Palé* y *La Paz*.

<sup>6</sup> ABAD RUIZ, B., «Transmedia y fenómeno fan: la co-creación en el mundo del videojuego», en JIMÉNEZ, J. F., MUGUETA, I., y RODRÍGUEZ, G. (coords.), *Historia y videojuegos: el impacto de los nuevos medios de ocio sobre el conocimiento histórico*, Murcia, Centro de Estudios Medievales, 2016, pp. 69-103.

que plasmaba un ámbito medieval). Existen algunos otros comercializados de manera reciente, pero que tienen su base en estos dos títulos citados.

Abordaré en estas páginas lo que pretendo que sea un acercamiento al fenómeno videolúdico de quien se asoma a un juego ambientado en la Edad Media, fundamentado en una perspectiva del periodo que no está mecida por la colección de tópicos guerreros y violentos que suelen acompañar al Medievalo por quien solo tiene una perspectiva lejana de aquel momento extenso, complejo y diverso. En último término, intentaré responder a qué contexto se enfrenta ese usuario, perteneciente a una generación que tiene múltiples formas de ocio entre las cuales la digital forma parte de su identidad como grupo, con qué productos cuenta, sin que haya el propósito de realizar un exhaustivo catálogo de los títulos existentes, qué se va a encontrar y qué le lleva a querer jugar al “comercio en la Edad Media”.

Lo primero con lo que tropezará el *medievalist gamer*<sup>7</sup>, o “videojugador medievalista”, es con la amalgama de las acciones de “guerra” y “administración”. Algunos títulos ofrecen la opción de evolucionar campañas de un tipo u otro, como *Stronghold* (Firefly, 2001), pero existen producciones específicas diseñadas exclusivamente como juegos con base de desarrollo económico, como la saga *Patrician*, *Rise of Venice* o *The Guild*, que hacen que la idea de que el videojuego es esencialmente un traslado de los *wargames* a la pantalla es errónea y falta de exactitud, como se ha podido mostrar para el caso de los juegos de mesa aludidos que además tienen sus correspondientes en videojuegos, con diversa fortuna (*Catán*, Exocet, 2017, y *Carcassonne*, Asmodee Digital-Frima Studio, 2017).

En la mayoría de los casos, el equipo de desarrollo del juego ha elaborado un guion basado en la simulación estratégica de un pasado con los tópicos más genéricos, pero lo más interesante es la información que ofrecen al usuario. De hecho, lo califico como una de las cuatro condiciones que ha de tener un videojuego para ser tildado como “histórico”: ha de ser verídico, verosímil, contener información y la libertad para experimentar en el juego ese pretérito. La saga *Civilization* (Microprose a Firaxis, 1996 a 2016) cuenta con una particular aportación sobre esos contenidos en la forma de una *Civilopedia*, consultable hoy en la red, solución también adoptada por la saga *Total War*. Pero quiero aludir al apartado específico que bajo la denominación “Historia” se puede encontrar en *Age of Empires II* (Ensemble Studios, 1999). Referido al tema que nos ocupa, en el capítulo informativo sobre la Baja Edad Media, se localiza un subapartado que aparece de forma escueta como “Economía”. En unos breves y concisos párrafos, los desarrolladores incluyeron unas directrices sobre el plano económico del periodo, desde la Alta Edad Media hasta la eclosión urbana plenomedieval, el fenómeno comercial (ferias), el sistema gremial y bancario y el factor monetario (“El dinero actuaba como

---

<sup>7</sup> JIMÉNEZ ALCÁZAR, J. F., «*Medievalist gamer*. Un nuevo tipo de historiador», en *De la Edad de los Imperios a la Guerra Total: Medievalo y videojuegos*, Murcia, Centro de Estudios Medievales, 2016, pp. 195-218.

medio de intercambio y referencia de valor y era imprescindible para dejar atrás la deficiente economía de trueque”).

En definitiva, no se trata de experiencias de juego simples, y en ese plano es donde insisto a la hora de ponderar este elemento como reflejo de proyección de un pasado medieval para un usuario considerado medio al que me refería con anterioridad, no historiador, pero sí atraído por ese pretérito. Veamos los procesos económicos, de forma aproximada, como primer escalón para lo que puede ser un análisis más profundo en futuros estudios.

## 1. LA GESTIÓN

Hay que partir de una premisa que es la de que un juego<sup>8</sup>, por definición, tiene tres fundamentos: desarrollar mediante el ocio una experiencia vital y, por lo tanto, un aprendizaje, y el entretenimiento propiamente dicho. Y si competimos, el tercer pilar es el de ganar. Nadie juega para perder, a no ser que se pretenda experimentar por ver “qué pasa”; en mis tareas analíticas de este medio, hay ocasiones en las que “perder” se convierte en objetivo para contemplar las posibilidades generadas por el producto en concreto con el fin de observar qué se encontrará el jugador si llega ese caso. En el de los títulos de base estratégica comercial es el evidente de la bancarrota y la ruina.

Los juegos, desde el mismo momento en que el desarrollo digital y su evolución tecnológica permitieron el fenómeno del videojuego, incorporaron la posibilidad de entretenerse con la perspectiva de conseguir una posición privilegiada, leamos ganar, a través de una gestión simulada con el fin de obtener recursos que favoreciese la generación de un ejército. A comienzos de los 90, en *Castle II: Siege and Conquest* (Quicksilver Software, 1992) había que conseguir madera, hierro, alimentos y oro para reclutar peones y caballeros con los que derrotar a las otras facciones. Esa primitiva gestión, que para el momento suponía un salto tecnológico y de guion para el desarrollo del videojuego histórico ambientado en el periodo medieval, no precisaba de la aparición del “mercader” como elemento privativo del juego. La base se sostenía con una sencilla ecuación de más recursos, más posibilidades de obtener ejércitos y, en consecuencia, mayores posibilidades de victoria en un enfrentamiento con las otras facciones existentes en el juego<sup>9</sup>. De las tres actividades que se podían realizar, una era estrictamente la “administrativa”, donde se trataba de obtener la mayor cantidad de recursos para construir castillos sobre todo. La bélica (reclutamiento de peones, arqueros y caballeros) y la política (exploradores, diplomacia, espías...) completaban el juego.

---

<sup>8</sup> HUIZINGA, J., *Homo ludens: el elemento lúdico de la cultura*, Madrid, Alianza Editorial, 2012.

<sup>9</sup> Existían cinco casas nobiliarias que se disputaban los diversos territorios con el fin de conseguir la coronación como rey de Bretaña por el Papa: Albión, Aragón, Valois, Anjou y Borgoña. El Papado encarnaba la sexta facción.

Pero nos vamos a detener en el primer aspecto, el de la gestión administrativa, básicamente económica, pues es el plano que define esta aproximación. Llegado este punto es preciso aclarar que existen diversos tipos de juego, y es necesario porque condicionará notablemente el modo en que nos encontremos con el fenómeno “económico”, tanto en el plano comercial como en el financiero. La gestión en sí misma es parte esencial de los títulos basados en la estrategia, como en el mencionado *Civilization* o en la serie *Crusader Kings* (Paradox Interactive, I-2004 y II-2012), pero no es exclusiva de ellos ya que existen algunos de aventura gráfica o de rol que lo incorporan como elementos fundamentales, caso de la saga *The Guild*.

Por lo tanto, haré un acercamiento al hecho de la gestión de recursos en sus diversas manifestaciones (inversión, producción, distribución, intercambio propiamente dicho, consumo...) así como el reflejo que pueda tener en un factor muy importante como cimiento de esos movimientos, leamos el fiscal.

Es lógico que la fiscalidad desempeñe un papel primordial. Si el principio del juego es el de procurar una serie de bienes inmuebles, semovientes, muebles o sencillamente, necesidades para inversión, generalmente para levantar ejércitos, las posibilidades económicas originadas por el factor de las imposiciones son un objetivo en sí mismo, pues son las que generan activos con los que pueden financiar las operaciones posteriores. Pero veamos en primer lugar el hecho de obtener recursos con los que negociar, progresar y financiar ejércitos. Los desarrolladores, en los tutoriales, no es extraño que incluyan comentarios acerca de este proceso, como en *Medieval Kingdom Wars* (Reverie World Studios, 2017): “Primero necesitaremos recursos”. De hecho, es uno de los pilares del funcionamiento de *Age of Empires II* y sus expansiones: el papel de los aldeanos se configura esencial en la consecución de madera, alimentos, piedra y oro, metal precioso que puede ser obtenido también mediante el mercadeo y la posesión de reliquias. Es tan importante que se puede llegar a configurar como algo automático en el desarrollo del juego.

Los impuestos se configuran como uno de los factores “ocultos” en el desarrollo de estos juegos pues, en general, el jugador medio no va a tener en cuenta, en ocasiones hasta que es demasiado tarde, que la ausencia de ingresos a través de los tributos ha sido pensada por el diseñador como un elemento fundamental para la evolución del juego. Normalmente es en la tipología de los juegos de estrategia, tanto en los de tiempo real (ETR, RTS acrónimo en inglés) como en los de turnos (TBS), donde la presión fiscal aparece con carácter habitual.

Es el momento de plantearse la razón por la que el videojugador medio no considera en un primer momento ese factor económico clave para el desarrollo del juego: no se pretende en un primer estadio “gestionar”, sino ganar. No se concibe que la primera cuestión es básica para conseguir la victoria. No se trata de enfadar a los “gobernados” y por ello, no se presta mayor atención a ese factor. Se tiene constancia de este hecho cuando en la inmensa mayoría de los títulos se incluye la opción de exención completa de imposición fiscal con el fin de aliviar una presión social que deriva, casi siempre, en

rebeliones que suponen el inicio de “problemas” en el juego, leamos el inicio de la derrota. Una teoría es que la edad del videojugador influya en esta cuestión, pues la experiencia particular sobre la obligación fiscal no se obtiene hasta haber contribuido de forma personal. Por lo tanto, es muy interesante comprobar que se trata de una exposición clara de lo que supone el fenómeno de la fiscalidad y su incidencia en el conjunto de la gestión, ya no solo en el juego sino fuera de él.

La complejidad de gestión en algunos videojuegos es enorme, y es cierto que no se encuentra al alcance, ni en el deseo, de muchos jugadores. En ocasiones, la jugabilidad del título permite un control raso de los gravámenes, pues es simple la división social sobre el grupo que se gestiona, como en *Stronghold*. Pero en otros casos, como en el de los últimos *Total War* (The Creative Assembly), sí es posible diferenciar entre grupos de poder económico, y ofrece la acción de subir o bajar la tributación a unos y otros con la respuesta pertinente en los dos.

Este hecho va a repercutir en una percepción del proceso histórico de primer nivel, pues consideramos que las clases adineradas siempre estuvieron más privilegiadas, como así era (o en el periodo medieval, exentas casi siempre, además como elemento identitario). Y aquí es donde se vertebra una de las características más propias del fenómeno videojuego: es la voluntad del jugador, quien gestiona, quien decide. No es la reproducción y recreación de un pasado que existió, sino de la re-creación de un pasado posible, en una palabra, que hubiera podido existir pero que solo lo hace en ese momento del juego en la mente y en el deseo del jugador. Es la experiencia de juego la que hay que poner en primer plano para entender todo este proceso.

## 2. OFERTA Y DEMANDA

Insisto una vez más en que no todos los títulos poseen las mismas posibilidades ni las mismas perspectivas de juego ni de aprendizaje; dejo de lado el nivel de entretenimiento, pues no baso estos análisis en un criterio que poco tiene que ver con la disciplina histórica, sino en la percepción que el videojugador va a tener de ese pasado proyectado en el medio. Es también en este momento cuando el usuario ha de tener claro a qué se enfrenta en el juego, algo que se encuentra de forma explícita en algunos títulos, como *Rise of Venice* (Kalypso, 2014). Los conceptos de abundancia y de escasez, de deseo o de indiferencia, de oferta y demanda en definitiva, se configuran como básicos para desarrollar en plenitud un juego con base económica.

En uno de los tutoriales del título mencionado con anterioridad se puede leer lo siguiente: “El sistema económico se basa en el concepto de oferta y demanda, junto a con un cálculo dinámico del precio acorde a dicho concepto. Un producto se podrá comprar barato en la ciudad que lo produce, ya que la producción es constante y acaba inundando el mercado. Cuanto mayor sea la demanda de un producto en una ciudad, mayor será el precio que se pague por el mismo, dado que habrá menos disponibilidad.”

## 2.1. Producir, distribuir, comerciar y consumir

Ante estas cuestiones de base, el jugador asume el papel de gestor para lograr el desarrollo y el progreso de sus finanzas con el fin de ganar la partida. Por supuesto, lo interesante ya no es el entretenimiento que supone esta experiencia de consecución y administración de recursos, sino el hacerlo en un producto basado en un periodo histórico ambientado en la Edad Media. La distribución y comercio de productos diversos en un juego de estrategia, en un mapa histórico que recoge el Báltico y el Mar del Norte hanseático (*Patrician*), o el Mediterráneo en su amplitud (*Rise of Venice* y su expansión *Beyond the Sea*) es la base del desarrollo del juego, con el objetivo de progresar en un virtual poder social en el seno de la ciudad que acoge al personaje y, atención, a su familia. Vender caro y comprar barato. Hasta ahí podemos comprender la sencillez del juego (y de la dinámica de ganancia), pero el asunto se complica cuando entra en escena el concepto “inversión”. Puede parecer simple, pero para usuarios que no tienen esa idea tan clara, resulta ciertamente muy complejo de utilizar. Pero la experiencia de juego vuelve a salvar la situación: es necesario su empleo para conseguir la victoria, en último término, su aprendizaje. La posibilidad que tenemos de construir edificios de producción hará que se abaraten los productos que vayamos a comercializar, por lo que los balances serán positivos. Contar con almacenes para tener *stocks* con los que mercader tanto en la ciudad-base como en las que se haya instalado alguna factoría, se convierte también en otro elemento de juego fundamental. Existe una versión para iPad del juego *Patrician, Medieval Merchant* (rapidrabbt GbR, 2013), en la que se simplifica enormemente todo el proceso de la dinámica del título para PC, pero que elimina muchos de estos factores y ya no posee tanta información ni posibilidades.

Pero no solamente se restringe este tipo de juego de estrategia comercial al ámbito marítimo. Existe un título, *Grand Ages: Medieval* (Gamings Minds, 2015), que nos permite generar esas mismas redes comerciales por el centro europeo. Es cierto que se trata más de un *sandbox* con mecánica estratégica-comercial que otra cosa<sup>10</sup>. Se trata, sencillamente, de prosperar con “nuestra ciudad” a través del comercio y la diplomacia.

Una cuestión que une a todos estos títulos, que cuentan además con otros ambientados en el periodo moderno en el contexto caribeño (saga *Port Royale*, Ascaron Entertainment, desde 2003), es la de evolucionar con la base económica que permita, además, defenderse de amenazas que impidan ese desarrollo comercial. Hay elementos bélicos, pero son consecuencia del mantenimiento de la red mercantil, desde los barcos o caravanas, hasta el tejido productivo. Este hecho genérico ha derivado en que se diseñen otros títulos que no están basados en un espacio geográfico concreto, como *Winds of*

---

<sup>10</sup> RODRÍGUEZ, J. A., «Estrategia kilométrica», IGN España, 25 septiembre 2015. <http://es.ign.com/grand-ages-medieval-pc/96595/review/grand-ages-medieval-analisis-para-pc>. (Fecha de consulta: 1 diciembre 2017).

*Trade* (Hermes Interactive, 2017), pero sí en un periodo histórico inspirador, en este caso el de los siglos XVIII y principios del XIX.

Particular es el ejemplo de la saga *Anno*, que tiene incluso su versión para Wii. Son videojuegos que desarrollan su actividad en una simulación de producción, comercio y mercado en diferentes momentos históricos. Para el caso que nos ocupa, es de especial interés el de *Anno 1404*, y su expansión *Venice* (Blue Byte-Related Designs y Ubisoft, comercializado en 2009 y la expansión al año siguiente). Se trata de un juego mezcla de simulación urbana y económica, y estrategia en tiempo real, que amplía sus horizontes hacia el Mediterráneo Oriental, y donde la gestión de los recursos se mezcla con la de la exploración, hecho que nos lleva a una mayor complejidad. Es un caso muy similar al del efecto “niebla” para los territorios no explorados, que son muy claros en el ejemplo de *Grand Ages: Medieval*, ya aludido.

Estos títulos han logrado abrirse un camino entre el género y entre los usuarios, y a pesar de que hay un abanico de juegos similares para otras épocas (saga *Caesar*, *Faraón* y su continuación en *Los niños del Nilo*), el periodo medieval se configura como una época donde el tópico hace fácil al videojugador la identificación de a qué está jugando y, en definitiva, a qué quiere jugar. Una muestra es *Villagers* (Bumblebee, 2016), que posee un guion marcado donde asumimos el protagonismo de un gestor-repoblador dirigido por una historia que cuenta un juglar en una taberna. La infografía y los elementos gráficos no dejan lugar a dudas de que se trata de un ambiente identificado como “medieval” por esos paradigmas y tópicos que envuelven al periodo.

En el caso de los títulos de aventura gráfica o de rol, como la saga *The Guild* (4 Head Studios, 2006 para el segundo título)<sup>11</sup>, el juego de simulación de vida basa su desarrollo precisamente en el título del producto: el Gremio. Básicamente se trata de realizar el progreso económico en un lugar con el fin de captar poder en el seno de esa comunidad, leamos poder social. Es el mismo objetivo que en los videojuegos aludidos con anterioridad, como *Patrician*; el nombre también lo dice todo, pues se trata de convertirse en el poderoso de la urbe tras pasar por niveles de comerciante, mercader, maestro mercader, patrono, notable, ilustre, consejero, edil, gran maestro y finalmente, como culminación de esa carrera socio-mercantil, en patricio. La diferencia más sobresaliente es el sistema de juego, es decir, cómo se juega en consonancia con el tipo de juego.

El protagonista puede estar personificado en el mercader para el caso de que los juegos estén guiados por el fenómeno comercial, y el videojugador asume el rol del hecho mercantil. Posiblemente sea este el elemento más novedoso, pues el de gestor y acumulador de recursos con el fin de generar poder militar con el que vencer al resto de facciones y/o jugadores, no termina de convertirse en algo más habitual y comprensible

---

<sup>11</sup> El primer título de la serie se comercializó como *Europa 1400* (2002), y *The Guild 3* se puede jugar ya como acceso anticipado en la plataforma Steam.

para un usuario considerado medio, insisto en que sea entendido como el que tiene un conocimiento somero del periodo histórico en cuestión.

Por lo tanto, y en definitiva, el comercio está implícito en buena parte de los títulos que no están basados exclusivamente en el fenómeno bélico de juego de batallas, caso de *Siglo XIII: muerte o gloria* (de Unicorn Games Studio, 2008, comercializado posteriormente por la hispano-italiana FX Interactive como *Real Warfare*). Casos como el de *Age of Empires II* y sus expansiones, *Tzar* y las suyas (Haemimont Games, 2000), o *Knights and Merchants* (Joymania Entertainments, 1998), llevan implícito ese desarrollo mercantil para suministrar recursos con el fin de levantar facciones poderosas que permitan ganar el juego. Es el caso de *Medieval Total War* (I y II, y sus correspondientes expansiones), donde el turno del jugador le da la oportunidad de “invertir” en infraestructuras que permitan el desarrollo económico de un territorio en concreto con el fin de obtener mayor tributación. Son juegos complejos, necesitados de un uso de conceptos especializados pero que se hacen accesibles a un público poco o nada iniciado en el estudio del Medievo pero que se asoma a él, primero con curiosidad y después con gran afición. Es una de las claves del fenómeno *mods* para *MTWII*, o de que el citado *Age of Empires II* continúe como uno de los juegos de mayor éxito a día de hoy cuando se va a cumplir en poco más de un año, dos décadas de su comercialización.

En el plano simple del mercadeo, no debemos dejar de lado la existencia del hecho comercial en las aventuras gráficas más conocidas, como *Assassin's Creed* (Ubisoft, desde 2007), *Mount & Blade* (en el original, en *Warband* y sus respectivas expansiones y *mods*, del equipo de TaleWorlds Entertainment, desde 2008). Lo habíamos visto en *Juana de Arco* (Enlight Software, 2004), donde la compra de bienes servía para mejorar el equipamiento. Lo más interesante para el caso del juego de la compañía canadiense es que podemos mercadear incluso en el Gran Bazar de Constantinopla (*Assassin's Creed. Revelations*, 2011), lo que nos lleva a contemplar escenas recreadas con excelentes detalles.

### 3. CONCLUSIONES

En último término, todos los juegos están enfocados hacia la experiencia de ocio virtual, y hay que tener en cuenta las espectaculares posibilidades que ofrece esta herramienta. Bien si son exclusivos de transfondo económico o no, lo más interesante es la interacción de esos elementos en el jugador que, si está iniciado en el ámbito histórico, disfruta con ello a pesar de los sacrificios que muchos de esos títulos realizan en aras de la jugabilidad. Y si no lo está, que puede llegar a generar una atractiva ventana hacia un pretérito que es un primer escalón. No todos los que se ponen a jugar terminan leyendo a Cipolla ni conocerán los escritos de Federico Melis, ni sabrán qué obras fueron las de Carande, pero alguno sí quedará sorprendido de contemplar en alguno de estos títulos que

el periodo medieval fue testigo del desarrollo de factores comerciales y mercantiles que no encajan precisamente con los tópicos de un Medievo atrasado y de trueque.

He realizado una aproximación a un tema muy amplio y con necesidad de un análisis más pormenorizado y, por lo tanto, no podía ser exhaustivo con la cantidad de títulos que existen en el mercado, pero qué duda cabe que ha bastado una muestra y una serie de alusiones específicas para mostrar una realidad inédita hasta la fecha. Juan Antonio me invitó hace años a que mostrara este nuevo “universo” en la Universidad de Valladolid, y comentaba con él la novedad que suponía que muchos de nuestros alumnos, en un futuro inmediato, iban a entrar en las aulas con muchos conocimientos sobre temas concretos, como lo era el de la economía en el periodo medieval precisamente aportados por el uso del videojuego. Lo importante de este proceso es que, sin que perdamos de vista que se trata exclusivamente de un canal de ocio basado en las tecnologías digitales, ayudaría a acercar a los futuros historiadores a muchos de los desarrollos que cuesta trabajo explicar en un aula de forma abstracta: es la experiencia de juego, la inmersión en la evolución de lo que sucede en la pantalla y de la que el videojugador es responsable directo, aquello que define estos nuevos senderos inexplorados. Siento insistir de nuevo en aquellas conclusiones a las que llegamos en aquella jornada universitaria vallisoletana, pero que creo que es el mejor homenaje que puedo realizar a tan gran querido compañero y colega, y es el reconocimiento de su visión abierta y curiosa acerca de lo que nos esperaba en un futuro ya presente a los historiadores y, en conjunto, a quienes nos dedicamos a las Humanidades con estas nuevas realidades, donde el videojuego es, sencillamente, un síntoma más.