

Índice de materias

Mitocrítica y metodología

JOSÉ MANUEL LOSADA.....	9
1. Nuevas formas, nuevos métodos	
1.1. Globalización social	
1.2. Cultura de la inmanencia	
1.3. Lógica del consumo	
2. Objetivos de la nueva mitocrítica	
3. Instrumentos de la nueva mitocrítica	
3.1. Inclusión de los nuevos factores	
3.2. Las funciones del mito	
3.3. Equilibrio entre innovación y tradición	
4. Este volumen	
4.1. La función referencial del mito	
4.2. La función heurística del mito	
4.3. La función poética del mito	
4.4. Balance	
4.5. Agradecimientos	
5. Otras aportaciones	

Canalización del mito en los medios de comunicación contemporáneos

EVA ALADRO VICO.....	29
1. El ciclo de retroalimentación en la cultura contemporánea	
2. La “imagnarización” de la vida social con la llegada de los sistemas proyectivos	
3. El alejamiento de los mitos y su canalización	
4. Paradojas de la materialización y la desmaterialización	
Referencias	

Una Medea hipermoderna: La madrastra Ravenna de *Snow White & the Huntsman* (2012)

M ^a LUISA GUERRERO ALONSO	39
Referencias	

El héroe y las estructuras familiares como elemento de subversión

JUAN CARLOS RUIZ ALCAIDE.....	55
1. Introducción	
2. La nueva generación de mitos	
3. El héroe y el villano	
4. De villano a héroe y viceversa	
5. Conclusión	
Referencias	

“Boats and tides and all”: Mythical intertextuality in HBO’s *The Wire*

REBECA GUALBERTO VALVERDE	65
References	

El mito en un mundo globalizado

JOSÉ MANUEL LOSADA.....	83
1. El fenómeno de la globalización	
2. Un corpus relativamente representativo	
2.1. Relatos que se desarrollan en un solo país	
2.2. Relatos que se desarrollan en dos o más países	
2.3. Relatos que incluyen elementos exógenos	
3. El mito global	
Referencias	

Los mitos griegos en la sociedad actual: la diosa Afrodita en el diario ABC

MARÍA ÁNGELES CHAPARRO DOMÍNGUEZ.....	97
1. Introducción	
2. Metodología	
3. Resultados	
3.1. Afrodita clásica	
3.2. Otras Afroditas	
4. Discusión y conclusiones	
Referencias	

Publicidad y mito: un binomio insoluble. El caso de *Mixta* de Mahou y el mito de Ulises

CRISTINA DEL PINO	109
1. Introducción	
2. Planteamiento: publicidad y mito como binomio histórico	
3. Caso práctico: la campaña de Mixta y su paralelismo con el mito de Ulises	
4. Objetivos y conclusiones	
Referencias	

Destino y trauma en *La ciudad de cristal* de Paul Auster

LUIS MARTÍNEZ VICTORIO	119
1. Introducción	
2. Paralelismos entre el destino metafísico entre <i>Edipo rey</i> y <i>La ciudad de cristal</i>	
3. Trauma y destino en <i>La ciudad de cristal</i>	
Referencias	

Los nuevos *telémacos* en la narrativa española reciente

GUADALUPE ARBONA ABASCAL.....	133
1. Introducción	
2. Los nuevos telémacos	
3. La ausencia de Ulises y los padres <i>putativos</i>	
4. El acceso al padre: la exigencia del testimonio	
5. Lo otro: la herencia del padre	
6. Conclusiones	
Referencias	

La mirada sobre uno mismo: Nelly Arcan, víctima de Medusa en *À Ciel ouvert*

MARÍA DOLORES PICAZO.....	147
Referencias	

Synecdoche: Bob Dylan from Organic Myth to Fractal Myth

EDUARDO VALLS OYARZUN 157

1. Introduction
 - 1.1. General Considerations on Dylan's Style
 - 1.2. Dylan as Community Voice
 2. Dylan's Myth as an Organic Political Entity
 3. Constructing Dylan as a Political Myth. Dylan as an Individual Voice
 4. Dylan's Fractal Myth
- Referencias

Los nuevos dioses: entre el Olimpo y Disneyland

JUAN GONZÁLEZ ETXEBERRIA 175

Referencias

Tipología de los mitos modernos

JOSÉ MANUEL LOSADA 187

1. Problemática de la nomenclatura
 2. El mito inmanente
 - 2.1. La inmanencia mítica absoluta
 - 2.2. La inmanencia mítica relativa
 3. El mito trascendente
 - 3.1. La trascendencia mítica inmanente
 - 3.2. La trascendencia mítica sagrada
 4. El mito falaz
 5. La novedad de los mitos modernos
 6. Conclusión enumerativa
- Referencias

Mitocrítica y metodología

JOSÉ MANUEL LOSADA

Universidad Complutense de Madrid

jlosada@ucm.es

1. Nuevas formas, nuevos métodos

Mito: relato explicativo, simbólico y dinámico, de uno o varios acontecimientos extraordinarios personales con referente trascendente, que carece en principio de testimonio histórico, se compone de elementos invariantes reducibles a temas y sometidos a crisis, presenta un carácter conflictivo, emotivo, funcional, ritual, y remite siempre a una cosmogonía o a una escatología absolutas, particulares o universales.

Esta definición, general, fría e indeterminada, requiere un tiempo, un espacio, y sobre todo una conciencia que la viva. El mito no es un constructo mental ajeno a las vicisitudes socioculturales: lleva marcada en su piel y sus entrañas la huella de cada individuo y sociedad. El mito es un esclavo ilusionado con la libertad: de igual modo que no puede desembarazarse por completo de una forma y un contenido heredados, tampoco puede dejar de soñar con nuevas formas y contenidos, promesas de una liberación improbable.

Nuestro volumen narra esas formas y esos contenidos con un doble objetivo: analizar el mito en las nuevas condiciones espacio-temporales y comprender con su ayuda nuestra conciencia en este mundo desconcertante.

La mitocrítica, disciplina que estudia los mitos (la mitología los contiene, como un panteón sus estatuas), es por naturaleza interdisciplinar: aúna las aportaciones de la teoría literaria, la historia de la literatura, las bellas artes y los nuevos modos de difusión en la era de la comunicación. Asi-

mismo acomete su objeto de estudio desde su interrelación con otras ciencias humanas y sociales, de manera particular la sociología, la antropología y la economía. Se justifica entonces la necesidad de un acercamiento, de una metodología que permita comprender la complejidad del mito y sus manifestaciones en la época contemporánea.

Por costumbre, la mitocrítica ha procedido a la identificación de los mitos dentro de las producciones literarias y artísticas de cada época. Lo ha hecho mediante el cuestionamiento del pensamiento simbólico (Frazer, Cassirer, Campbell, Durand), la detección de los factores invariantes (Greimas, Lévi-Strauss, Rousset), la exposición de factores del inconsciente y el imaginario colectivo (Jung, Morin) o la interrelación con las creencias religiosas (Eliade, Frye, Segal). Es cierto que algunos enfoques no están exentos de historicismo literario, prejuicio ideológico o dogmatismo epistemológico, pero faltaría a la verdad quien no reconociera que estos acercamientos críticos, cada uno a su modo, han contribuido al desarrollo de la disciplina: sería pretencioso rehusar de modo categórico sus herramientas y sus logros.

En efecto, la mitocrítica de la mayor parte del siglo XX ha recurrido a eficaces utensilios de trabajo: el pensamiento simbólico, los invariantes míticos, la interacción temático-estructural, la conexión religiosa, etc. También ha establecido sistemas paradigmáticos de los mitos en función de sus fuentes y sus contextos. Ha demostrado, en fin, que el mito no es un estado intermedio entre el primitivismo y la razón, menos aún entre lo irracional y lo racional. Muchas tesis de esa mitocrítica conservan su pertinencia.

Ahora bien, la contribución de esa mitocrítica ha sido a menudo indirecta, por no decir tangencial, por cuanto ha recogido el trabajo de etnógrafos, filósofos, historiadores, lingüistas o psicoanalistas que no perseguían tanto el desarrollo de la mitocrítica como el de sus propias disciplinas. De modo que la mitocrítica ha bebido, salvo excepciones, en fuentes de otros predios. Ciertamente requiere una combinación profunda y moderada de su objeto de estudio con otras ciencias humanas y sociales, pero no de manera subordinada. De lo contrario, mientras continúe indagando en los mitos con fines ajenos, espurios, mientras no se despoje de un cometido ancilar, la mitocrítica no alcanzará el estatuto de ciencia madura.

Los avances de mitólogos de “pata negra” están ahí, balizas directoras del camino a seguir, pero la metodología de la mitocrítica aún tiene por delante un recorrido copioso en retos si aspira a una síntesis de la evo-

lución global de los mitos en el intrincado contexto social. En concreto, se ha vuelto apremiante una mayor relación entre los saberes humanos que comparten con la mitocrítica objetos de estudio, métodos, objetivos y resultados concomitantes. La especialización de las ciencias, legítima y necesaria, no presupone su fragmentación ni su aislamiento: no existe ciencia alguna en compartimento estanco. Los grandes avances científicos han sido posibles gracias a la transmisión de conocimientos que mantienen cohesionada y viva la cultura. Solo en esas condiciones la nueva epistemología mitocrítica será solvente y satisfactoria.

Por supuesto, la nueva mitocrítica seguirá recurriendo a útiles de trabajo de eficacia contrastada, y combinando su objeto de estudio con las aportaciones de otras ciencias humanas y sociales, pero también sabrá adecuarse a los nuevos tiempos, es decir, tendrá en consideración una serie de factores de alto impacto sociocultural que inciden de continuo en la generación de nuevos mitos y la modificación de los tradicionales. Aquí centraré mi atención en tres factores: la globalización social, la cultura de la inmanencia y la lógica del consumo.

1.1. Globalización social

La globalización —supresión real de fronteras a pesar de las trabas de la política proteccionista y las distancias geográficas— imprime un nuevo giro a la tradición mitológica occidental. Dando un paso adelante con respecto a la mitocrítica tradicional, la nueva metodología mitocrítica tendrá en cuenta dos realidades: 1^a.- Las nuevas tecnologías: los nuevos soportes informáticos y audiovisuales se han hecho accesibles al gran público; 2^a.- La migración: las narraciones míticas llevan impreso su origen, mas evolucionan y exigen una reevaluación de estructuras duales habitualmente contrapuestas: endógeno/exógeno, cerrado/abierto, autóctono/foráneo, etc.

Los nuevos medios de comunicación y las corrientes migratorias son fenómenos de alcance incuestionable en la aldea global. Internet y la telefonía móvil se han vuelto indispensables para el estudio de los mitos: las nuevas tecnologías son sistemas comunicativos que acogen al mito. El estudio de la transformación de los mitos en un mundo global se hace más pertinente a través de un medio global: el audiovisual. Las nuevas tecnologías de la información, la comunicación y el conocimiento (internet, la nube, redes sociales, soportes MP5, móviles, tabletas, ebooks, videoconsolas) están implicadas como artífices de ideología y cultura.

Asimismo, el fenómeno ineludible e irreversible de la migración sustituye el mundo estático por el mundo dinámico. La perspectiva relativa y reticular de la visión contemporánea occidental permite la integración del patrimonio común con elementos exógenos. También en los mitos de nueva creación se pone de manifiesto el carácter sincrético de nuestra cultura más vanguardista. La mitocrítica cultural, por vocación siempre en los límites del conocimiento, debe extraer de este mestizaje cultural nuevos patrones de mentalidad y conducta relativos al mito.

1.2. Cultura de la inmanencia

La tradición mitológica está fuertemente marcada por el sentido de la trascendencia. Las religiones antiguas (celta, grecolatina, germana, nórdica, eslava...), la judía, la cristiana y la musulmana fecundan obras literarias y artísticas que manifiestan una plétora de mitos abiertos a la trascendencia. A esas religiones se añaden otras opciones del espíritu (esoterismo, *New Age*, espiritualidad oriental, sincretismo cultural, agnosticismo...). La interpretación del relato mítico es ardua, si no imposible, cercenada de la dimensión trascendente que el mito imprime en la vida humana. No es posible desligar, de manera absoluta, una trascendencia de la estructura interna del mito.

La mitocrítica debe generar, combinando el respeto por las opciones éticas y religiosas con la seriedad de la crítica, los nuevos materiales para facilitar una comprensión de la trascendencia —al margen de su signo: real, imaginaria o subversiva— que esconde cada producción mítica. A esta dimensión individual de la trascendencia se añaden las dimensiones social y cultural. El mito se integra en la historia de la cultura, sanciona una actualidad real e imaginaria que explica los comportamientos contemporáneos. Además, por su carácter etiológico de la realidad social, el mito adquiere una dimensión política: legitima el orden de una comunidad. Por fin, acarrea una dimensión ética: presupone una serie de valores y conductas morales originados en un grupo y transmitidos a otros entornos.

No obstante, la cosmovisión inmanente —aceptación tácita de un horizonte intrascendente en el imaginario individual y colectivo— es mayoritaria en la sociedad occidental contemporánea. Amplias capas de su pensamiento e imaginario cultural se asientan sobre la asunción de la inmanencia. No hay dos mundos, solo existe este; si los hubiera, además de irrelevante, el otro se habría vuelto inaccesible.

La situación es más compleja que nunca. Porque el mito sigue existiendo: conserva toda su pujanza para elaborar nuevos contenidos y formas. Ante esta enrevesada tesitura, la nueva metodología mitocrítica identificará: 1º.- Los epifenómenos que, pese a las apariencias, reenvían a la trascendencia habitualmente concedida al mito; 2º.- Los trasvases de valores y creencias trascendentes entre diversas culturas y la floración “espontánea”, a veces efímera, de nuevas mitologías en el interior de una cultura inmanente.

1.3. Lógica del consumo

En la sociedad contemporánea el consumidor cree colmar sus deseos mediante la adquisición de productos que las empresas relacionan con héroes o temas míticos. Recientes estudios han mostrado que las marcas icónicas vencen a la competencia no solo mediante la entrega de beneficios innovadores, servicios y tecnologías, sino forjando o recreando historias en profunda conexión con la cultura. No en vano el *marketing* alcanza nuevos segmentos de consumo gracias al mito. Las relaciones entre la lógica económica del consumo y el mito generan en consecuencia sorprendentes trasvases culturales. El carácter progresivamente pulsional de las relaciones humanas afecta de manera directa o indirecta a los mitos y creencias (tanto heredados como contemporáneos), que quedan así al albur de mil impulsos ajenos a su propia estructura.

El mercantilismo factual supone una desaparición sistemática del concepto de ejemplar perdurable. El consumo en la nueva sociedad está basado en la multiplicación y estandarización de los productos: las empresas recurren a la reproducción masiva de objetos mitificados. Ahora bien, el mito se caracteriza por una referencialidad exclusiva: todas las manifestaciones repetitivas de un producto mitificado reenvían a un mito único e irrepetible. De ahí la tensión entre el recurso a la masificación en la sociedad de consumo y el atractivo de la posesión excluyente del objeto único. Consecuencia inmediata: las remitificaciones en una sociedad caracterizada por la reproducción en serie, la copia informática o la clonación biológica.

Este fenómeno incide en la experiencia temporal del mito. Los personajes reales mitificados son provistos y desprovistos de un aura de excepción por las grandes empresas comerciales en un lapso de tiempo en ocasiones inapreciable. Esto afecta de modo particular a las estrellas del espectáculo, pero también a los productores tradicionales de arte. Frente a esta des-

mitificación efímera se ha de constatar la permanencia de la mitificación en otros casos modélicos de la sociedad de consumo.

La lógica del consumo conforma a su modo cada mito, lo asume como uno de sus elementos fundamentales, lo somete a sus condiciones. La nueva metodología mitocrítica analizará los aspectos que modifican el carácter tradicional de los mitos: ecuación entre oferta y demanda, valoración de lo efímero y lo perdurable, evolución de la respuesta del consumidor, facilidad de acceso a los bienes de consumo, fenómenos publicitarios, sofisticación del producto, *merchandising* previo y posterior al lanzamiento de películas y musicales, programaciones de museos y exposiciones, rituales y celebraciones estacionales.

2. Objetivos de la nueva mitocrítica

Las condiciones culturales, ideológicas y económicas de la sociedad actual, en vertiginosa mutación, han supuesto dos cambios fundamentales en el espectro mitológico:

1º.- Han modificado de manera considerable la recepción y difusión de los mitos antiguos, medievales y modernos.

2º.- Han promovido la creación de una nueva mitología que convive con la anterior en situaciones a menudo conflictivas.

Consiguientemente, las tendencias sociales han vuelto inoperante la metodología de la mitocrítica tradicional (excepto cuando el investigador se ciñe a la mitología de otras épocas, al margen de sus reformulaciones y de toda consideración sociocultural contemporánea).

Es preciso articular una metodología innovadora que, sin excluir los logros de la mitocrítica tradicional, permita el estudio analítico y sintético de los mitos en las condiciones espacio-temporales y mentales de la cultura contemporánea.

La comprensión del mito en esas circunstancias permitirá al investigador comprender la conciencia propia y ajena. Solo entonces, el conocimiento de los relatos míticos en el contexto actual y del fenómeno mítico en su propia experiencia vital revertirá en una mayor receptividad al enriquecedor mensaje de los mitos.

3. Instrumentos de la nueva mitocrítica

Para que el mito aspire al estatuto de clave interpretativa tanto de la nueva conciencia individual y colectiva, como de la complejidad de su misma estructura, esta mitocrítica exige una serie de requisitos.

3.1. Inclusión de los nuevos factores

Debe ser interdisciplinar, aunando las aportaciones de la teoría literaria, la historia de la literatura, las bellas artes y los nuevos modos de difusión en la era de la comunicación.

Debe incluir la interrelación de ciencias humanas y sociales con factores de alto impacto no considerados sistemáticamente por la crítica precedente: la globalización, la inmanencia y el consumismo.

Globalización social, cosmovisión inmanente y lógica del consumo son tres factores insoslayables del panorama actual. Una mitocrítica adaptada a los nuevos tiempos debería explicar en qué medida las influencias exógenas, la transformación de la trascendencia y el carácter efímero en la sociedad contemporánea afectan al estatuto mítico de los relatos sometidos a estudio.

La combinación de los métodos tradicionales con estos nuevos factores exige recurrir a los nuevos medios de comunicación y a la realidad de la migración, contemplar las vicisitudes de la trascendencia y de la inmanencia en la estructura interna del mito, y explicitar los trasvases culturales ocasionados por el carácter pulsional y perdurable de los comportamientos económicos actuales.

Repensar el mito a la luz de estos factores ayudará sin duda a redefinir los nuevos derroteros de la mitocrítica, es decir, a establecer las condiciones necesarias para una epistemología de la mitocrítica cultural.

3.2. Las funciones del mito

No debe ignorarse nunca el concepto de función. Sin función no hay ni relato, ni mito, ni mitocrítica posible. Tres tipos de funciones del lenguaje parecen atraer en la actualidad los estudios sobre el mito: la función referencial, la función heurística y la función poética. Aplicando parcialmente las teorías de Jakobson y las leyes de la analogía, se puede decir que tam-

bién el mito presenta estas funciones, si bien de modo más complejo que el lenguaje.

Por la función referencial, el lenguaje se orienta hacia una realidad extralingüística, es decir, al objeto de la comunicación lingüística. Análogamente, mediante la función referencial, el lenguaje y el discurso míticos se orientan hacia objetos no solo extralingüísticos (como en toda referencia) sino trascendentes (diversos del mundo primario de nuestro cuerpo y nuestro espíritu). Lo propio del mito es ser el médium del binomio contextual formado por dos mundos en apariencia inconexos. Ahí, en la interacción de esos dos mundos, el relato mítico adquiere su sentido pleno.

Por la función metalingüística, el lenguaje se orienta hacia sí mismo, es decir, hacia el código o sistema de signos que lo constituye. Análogamente, mediante la función metalingüística, el lenguaje y el discurso míticos definen los términos del código mítico, más precisamente, lo redefinen, es decir, reinterpretan el sistema subyacente en la organización del relato mítico. De ahí que esta función se denomine heurística o interpretativa. De modo más certero y eficaz que un razonamiento, el mito puede explicar el mundo, a la manera como el metalenguaje glosa el lenguaje.

Por la función poética, el lenguaje se orienta principalmente hacia el modo como el mensaje es emitido. Análogamente, mediante la función poética, el relato mítico transmite su mensaje de modo prioritariamente literario, es decir, según los dos modelos básicos de la conducta verbal —la selección y la combinación— basados respectivamente en las dos relaciones fundamentales entre objetos —la similaridad y la contigüidad—, que corresponden a los dos mecanismos discursivos principales —la condensación y la traslación— cuyas figuras literarias respectivas son la metáfora y la metonimia. El lenguaje mítico es fundamentalmente metafórico o metonímico; también puede ser sinecdóquico (metonimia y sinécdoque están íntimamente ligadas), e incluso antonomásico (no en vano en la antonomasia concurren a un tiempo la metáfora y la sinécdoque).

3.3. Equilibrio entre innovación y tradición

Orientada al conocimiento del mito en las condiciones de la sociedad contemporánea para comprender nuestra propia conciencia en un mundo desconcertante, la mitocrítica cultural prestará particular atención tanto a las reformulaciones de mitos antiguos, medievales y modernos como al afloramiento de nuevos mitos.

En modo alguno esta opción invalida la contraria, pero sería un desperdicio no adentrarse —nunca ha habido tanta accesibilidad a un material ingente— en las reescrituras y emergencias del mito hoy. Es difícil hacerlo con profundidad académica (el tópico, el estereotipo y el cliché nadan en la superficie), pero solo así la mitocrítica dará lo mejor de sí misma.

Ahora bien, rara vez puede un investigador avanzar en mitocrítica sin un conocimiento, cuando menos modesto, de las fuentes antiguas, medievales o modernas. Aventurarse en las reescrituras de Medea, el Grial o Fausto en los tiempos modernos sin internarse previamente en los orígenes de esos mitos ha desembocado en más de un error de bulto.

Las mitografías antiguas y las relaciones de mitos en tiempos pasados continúan siendo válidas por sí mismas y más aún para este nuevo cometido. Y si el investigador vence la pereza de recurrir a las fuentes en su lengua original, puede estar seguro de que su trabajo no quedará sin recompensa.

4. Este volumen

Estos fueron los principios rectores propuestos a los autores del libro. Veamos cómo han procedido. Lo mostraré disponiendo los artículos según funciones. Lo habitual es que un mismo artículo aborde varias funciones, no lo es menos que se polarice en una.

4.1. La función referencial del mito

El artículo “Canalización del mito en los medios de comunicación contemporáneos” estudia la semántica de los mitos en función del empleo social. El subtítulo “Procesos mitológicos y energía pragmática” añade el aspecto dinámico en el desarrollo semántico del mito. Eva Aladro parte de un presupuesto irrefutable: el hombre presenta una dimensión material que se presta a proyecciones imaginarias individuales, pero también colectivas. No oculta su apoyo a la teoría del imaginario colectivo según Edgar Morin, es decir, la suma de proyecciones de una comunidad, íntimamente relacionada con los medios de comunicación de masas, la repetición, la inmediatez, etc. Aquí irrumpe la innovación de la investigadora: observa que los mitos no son ajenos a este imaginario colectivo sino que sufren tres procesos de canalización, de proyección: infantilización (simplificación), aberración (oposición o divergencia) y resemantización (adquisición de nuevos y ricos significados). Sirvan respectivamente como ejemplos el búho Hermes en *Harry Potter and the Chamber*

of Secrets, la cruz esvástica de origen védico utilizada por la ideología nazi, los árboles sagrados de los Omaticayas en *Avatar* de James Cameron.

Dispongo este artículo como marco para los siete siguientes por cuanto asienta de manera convincente una teoría que los demás corroboran. Estos “avatares” adoptan formas narrativas distintas: nuevos textos, nuevas películas y series de televisión; cada forma responde a necesidades imperativas de la función del relato mítico. La modulación que cada una opera en el mito no es uniforme. Desde un punto de vista cualitativo, el primer terceto de artículos pone de relieve un enriquecimiento del mito. Tras un artículo centrado en la globalización, el segundo terceto constata su empobrecimiento o incluso su negación.

El artículo de María Luisa Guerrero se centra en una serie de textos, un soporte fílmico y un mito. Lleva por título “Una Medea hipermoderna: la madrastra Ravenna de *Snow White & the Huntsman* (2012)”. Un personaje mítico (Medea) y sus avatares contemporáneos. Entre las *Argonáuticas* y el director Rupert Sanders se encuentra un texto insoslayable: *Blancanieves*. La prof. Guerrero lo retoma para recordar que algunos cuentos de hadas están estructurados de manera mítica. Una malvada madrastra, celosa de la belleza de una joven, se propone matarla; no consigue que lo haga un cazador y ella misma, disfrazada de vieja granjera, la engaña con sus magias: unas cintas, un peine, una manzana que la sume en un profundo sueño de muerte... La inspiración a los hermanos Grimm les viene de lejos: la madrastra es una Medea, tesis que corroboran versiones previas a la publicada donde aparece como madre. La originalidad de estas páginas no reside únicamente en ligar el cuento alemán con el drama griego, sino proseguir esta línea hasta la película *Snow White & the Huntsman*. Este atinado trabajo muestra que Ravenna (Charlize Theron) presenta una triple morfología mítica: es vampiro, doble y ave Fénix. La demostración, plenamente convincente, arroja una luz inesperada sobre la permanencia de estos mitos en nuestra sociedad contemporánea a través del cine hipermoderno.

Sin duda Campbell suscribiría varios postulados del artículo “El héroe y las estructuras familiares”. Como el artículo anterior, también este procura desentrañar los mitos que subyacen en los relatos y su modificación. Concretamente, Juan Carlos Ruiz se propone mostrar que las series televisivas y las películas de cine actuales abundan en “precuelas” donde la maternidad desempeña un papel explicativo del cuento clásico. El ejemplo escogido es también *Blancanieves*, pero aquí a partir de la serie de televisión *Once Upon a Time*. Curioso propósito, pero sugerente por doble

motivo. Por un lado, sostiene que detrás de un fenómeno conocido hay siempre un fenómeno desconocido, que detrás de un nuevo relato mítico hay otro relato mítico. Por otro lado, afirma que este nuevo relato mítico nace y se desarrolla debido a un instinto de la naturaleza. Inferencia inesperada, pero que apoya una tesis a medio camino entre posturas esencialistas y existencialistas: el valor etiológico del mito (explicación de las causas desconocidas de un acontecimiento conocido) está íntimamente ligado a las leyes primordiales de la biología humana. A diferencia del *logos*, el mito tiene una raíz natural, instintiva e intuitiva. Es una perspectiva nueva de la particular ligazón entre mitocrítica y antropología.

“Boats and Tides and All: Mythical Intertextuality in HBO’s *The Wire*”: el artículo de Rebeca Gualberto riza el rizo. Utilizo esta expresión para celebrar, con gusto, una operación que, por su complejidad, pocas veces ofrecen los investigadores: escrutar en una producción artística las recurrencias intertextuales entre dos textos, muy diversos y alejados en el tiempo, a través de un tercer texto que sirve de nexo entre ambos. La serie televisiva *The Wire*, producida por David Simon, entronca con el mito bretón de la tierra baldía —cuya manifestación primigenia es *Li Contes del Graal* de Chrétien de Troyes— gracias a la novela *The Great Gatsby* de F. Scott Fitzgerald. Pero el artículo no se conforma con escrudiñar los hipotextos: también muestra que el mito artúrico (la *terre gaste*), que estructura la novela estadounidense, funciona, por antítesis, como una crítica acerba al “mito” americano de la tierra de abundancia (*land of plenty*). Alguien podría cuestionar la denominación de “mito” para *land of plenty*; abordo esta objeción en el artículo “Tipología de los mitos modernos”.

“El mito en un mundo globalizado” estudia, en una serie de relatos, la convergencia de la literatura contemporánea con el mito. La redacción en lengua francesa de los textos no invalida, al contrario, ratifica la tónica general: las novelas, en su mayoría, “huyen” de la autarquía, sus historias traspasan fronteras nacionales y continentales, implican varias generaciones y civilizaciones; a su vez, los mitos también reniegan de la autonomía secular, actualizan antiguos mitos como la Edad de Oro y, hasta en cinco ocasiones, motivan la estructuración textual de los relatos. En una época aparentemente antimítica, el mito, adaptándose a la revolución tecnológico-cultural, y receptivo a todo tipo de valores exógenos, muestra su naturaleza camaleónica, garantía de supervivencia.

El artículo de María Ángeles Chaparro (“Los mitos griegos en la sociedad actual: la diosa Afrodita en el diario *ABC*”) es otro ejemplo palpable de lo expuesto en el artículo teórico sobre la canalización semántica de los mitos. Un vaciado exhaustivo del diario *ABC* entre 2000 y 2010 localiza 51 textos en los que aparece la diosa Afrodita, quince en sentido clásico y treinta y seis en sentido retórico. El estudio se centra en estos últimos y descubre que en todos los casos el mito es utilizado como mera herramienta de apoyo. Es decir, el mito es “desemantizado”, pierde algunos de sus semas originales: Afrodita, en la cultura periodística, sugiere el deseo sexual, designado por el epíteto *Pandemos* (Πάνδημος, “para todo el pueblo”), no el amor puro, designado por el epíteto *Urania* (Οὐρανία, “celeste, espiritual”). Cabría decir, aplicando las teorías del imaginario colectivo, que el mito sufre una infantilización o simplificación. La diosa del amor ha perdido una parte de su carga clásica; incluso la que le queda se refiere menos a los anhelos amorosos inspirados por Afrodita que a los exclusivamente sensuales. Interesante hermenéutica del mito: escribir en un texto el nombre de la diosa Afrodita aporta consignas de interpretación para el lector.

El título de Cristina del Pino, a la par que sorprende (“Publicidad y mito: un binomio insoluble. El caso de *Mixta* de Mahou y el mito de Ulises”), aporta frescura al volumen. El trabajo propone unas bases epistemológicas de la relación entre la publicidad y el mito. Básicamente sostiene que las estrategias de la publicidad recurren al relato porque el público solicita este tipo de discurso, y que los mitos, por su alto carácter narrativo, se prestan de manera particular para los fines de propaganda comercial. A esto se añaden otros elementos coadyuvantes, como por ejemplo las emociones, tan solicitadas en la publicidad y presentes en los mitos. Un caso práctico viene a refrendar estas premisas: las diferentes campañas de Mahou para popularizar su producto *Mixta*. Tras varios intentos infructuosos, la empresa cervecera cosechó grandes beneficios gracias a la historia del pato Willix. Ciertamente la hilazón que el artículo establece entre el Ulises de Homero y este animal no es indiscutible; el mitoanálisis operado aconseja sin embargo continuar en esta dirección para comprender más cabalmente la versatilidad del mito y las motivaciones de nuestra sociedad contemporánea.

De manera no explícita, el artículo de Luis Martínez Victorio procede a negar el mito. “Destino y trauma en *La Ciudad de cristal* de Paul Auster” toma como punto de partida el “destino metafísico” que condiciona la vida de Edipo. Este destino ha sido refutado por la modernidad, de ma-

nera definitoria por Nietzsche que lo sustituye por el “destino inmanente” y el “*amor fati*”: el hombre ha de sobresalir en el amor de lo que hace con absoluta libertad, aun cuando todas sus acciones estén previstas en el devenir universal del eterno retorno. La sociedad posmoderna, por principio reacia al destino inmanente, prefiere el azar. *La Ciudad de cristal* es un diálogo entre los dos destinos y la casualidad: por un lado, el trauma de la pérdida familiar de Daniel Quinn corresponde a las desgracias del héroe de Tebas con su padre y su madre (sumisión al destino metafísico), por otro, la decisión del protagonista de suplantar a un detective a resultas de una equivocación azarosa de un cliente corresponde al ejercicio libre de su voluntad por escapar a una situación aparentemente insoluble (adopción del destino inmanente y del azar). Este trabajo confirma, mediante la comprobación del principio del destino inmanente (la negación del flujo entre dos mundos, el nuestro y el “más allá”), la renuencia de la sociedad contemporánea al destino trascendente. Curiosamente, esta desmitificación solo es posible a partir del mito (aquí, el edípico): la mitocrítica está plenamente autorizada a estudiar los procesos de desmitificación.

4.2. La función heurística del mito

Hasta aquí hemos visto cómo el mito puede cambiar de sentido en el nuevo texto que lo acoge: el escritor se lo apropia y lo semantiza dentro de las alternativas posibles (casos del enriquecimiento, el empobrecimiento y la aniquilación). Pero también puede ocurrir que el mito sea puesto al servicio de una argumentación, es decir, que su estructura sea interpretada con vistas a explicar el mundo. Esta función puede ser llevada a efecto tanto por el re creador del mito como por el investigador del texto mítico. Curiosamente, tal función estriba en la utilización de pruebas deductivas (las *probationes* o los *argumenta* clásicos) en un tipo de relato eminentemente inductivo, como son el mito y sus paradojas. El mito es paradójico.

“Los nuevos telémacos en la narrativa española reciente” ejemplifica esto que acabo de señalar: muestra cómo nuevos textos pueden ser interpretados en clave mitológica a partir de mitos determinados. En este sentido, Edipo, Narciso y Telémaco funcionan, por su valor representativo, como pruebas argumentativas de tres temas de un arquetipo: la muerte del padre (Edipo), la evaporización del padre (Narciso), la búsqueda del padre (Telémaco). Recalcati, pensador básico en el artículo, ha utilizado una triple imagen visual para cristalizar la problemática del padre en la sociedad contemporánea: Edipo pierde la vista tras matar al padre, Narciso ignora al padre al reducir el ángulo de su visión, Telémaco mira al

horizonte marino donde está el padre. Guadalupe Arbona estudia tres relatos (*Ojos que no ven*, de J.A. González Sainz, *Intemperie*, de J. Carrasco, *Retorno de un cruzado*, de J. Jiménez Lozano) para demostrar que la narrativa española contemporánea traduce la nostalgia del padre. Con acierto el artículo precisa y concluye, a partir de esos relatos, la modificación de este sentimiento nostálgico: actualmente el hijo añora menos un signo de autoridad que un testimonio de vida.

“La mirada sobre uno mismo: Nelly Arcan, víctima de Medusa en *À ciel ouvert*” también se sirve del mito como paradigma explicativo de un texto. El relato de Nelly Arcan no evoca la dimensión trascendente, aceptada o rechazada, de la mítica Gorgona. No obstante, el artículo entra con pleno derecho en el volumen: muestra de manera fehaciente que diversos elementos de la trama reproducen de modo narrativo los mitemas de Medusa: con intuición poco común, María Dolores Picazo pone los ejemplos de la operación quirúrgica a la que se somete Rose, la parálisis que sufre Charles, la tortura escópica de que Julie es objeto. Un fino análisis del texto relaciona el mito clásico y el coste oneroso que los extremos de la cultura de la moda imponen a las mujeres. En plena sintonía con el objeto del volumen, el artículo prueba que nuevas formas del mitos desvelan nuevas formas sociales.

4.3. La función poética del mito

Los dos últimos artículos también presentan el mito como argumento explicativo de la sociedad; pero en ambos predomina una función del mito a menudo olvidada: la poética. En efecto, el mito también puede ser un recurso figurativo: representa una idea abstracta con pronunciada afectividad y rentable efectividad.

“Synecdoche: Bob Dylan from Organic Myth to Fractal Myth” presenta a Dylan como figura profética enfrentada al “mito orgánico de la identidad norteamericana”. Con innegable originalidad, el trabajo sostiene que el estilo novedoso de Dylan y el mensaje de concienciación social corren paralelos a la evolución del mito americano. Las transgresiones propuestas por la canción, por ejemplo las relativas al cuerpo, encuentran su eco en las experimentadas por la sociedad estadounidense, cuya fractura acarrea consigo la del mito. La intrincada relación entre la figura profética y la mistificación colectiva pueden leerse en dos sentidos: exposición de la evolución del “yo” poético de Bob Dylan y de la conciencia mítica social de los Estados Unidos en los años sesenta del siglo pasado, o denuncia

de un fracaso personal y colectivo que nutre la identidad de la “persona dramática” del cantante y del país. En ambos casos el artículo prueba, mediante la sinécdoque, la traslación ética y política del individuo a la sociedad: a nuevo Dylan, nueva América.

En la misma línea, “Los nuevos dioses: entre el Olimpo y Disneyland” recurre a otra morfología del mito americano: la felicidad basada en el estilo de vida del *yuppie*, en el enriquecimiento acelerado gracias a Wall Street. El análisis de la doctrina de la factoría cinematográfica Disney (“To make money is our only objective”), apoyado en las teorías de Douglas Coupland (*Generation X*), vendrían a confirmar un imaginario colectivo de las últimas décadas del siglo XX. De nuevo puede resultar sorprendente que un tipo social (el *yuppie*) sea elevado a la categoría de héroe, más aún a la de mito. Si así fuera, estaríamos ante el proceso figurativo de la sinécdoque donde el individuo mitificado representa la parte significada por el conjunto mitificado. Se puede hacer a condición de modificar el concepto tradicional del héroe y del mito. Juan González Etxeberria, en consonancia con el nuevo imaginario colectivo, procede a una relectura de los arquetipos de la Antigüedad desde la perspectiva economicista de la contemporaneidad. Si es cierto, como afirma el título de un aguafuerte de Goya, que “El sueño de la razón produce monstruos”, la conciencia social tiende a crear mistificaciones colectivas con objeto de paliar sus carencias: el caos existencial de la sociedad estadounidense habría derivado en la infantilización del héroe, objeto insatisfecho de las leyes mercantilistas.

4.4. Balance

En el primer terceto de artículos observamos remodulaciones narratológicas del mito que cumplen una función semántica. Diversos relatos míticos expanden cuentos, películas y guiones televisivos de manera no solo cuantitativa sino también cualitativa: un personaje de cuento popular (la madrastra de *Blancanieves*) adquiere dimensiones de mitos antiguos (Medea, Géminis, el Fénix, la antropogonía representada por la madre biológica) y un tema medieval (la tierra baldía) apunta al mito de una nación contemporánea (*land of plenty*). En ambos casos la función del mito es eminentemente referencial: está orientada hacia un objeto externo al cuento o al relato originales. Pero también en ambos casos la función es tautológica en su semantismo: el mito está orientado hacia sí mismo. Así, la madrastra o madre mítica del cuento reenvía hacia una madre también mítica, el mito de una tierra reenvía hacia otra tierra. Todo se desenvuelve dentro del sistema mítico: un mito señala a otro mito que es, en última instancia,

una variante del mismo mito: una mujer filicida, una tierra mítica. En las sociedades endogámicas, la sangre tiende a degenerar; paradójicamente, cuando el mito se alimenta de sí mismo, se enriquece.

En el segundo terceto las reescrituras del mito tienden a su empobrecimiento, tanto por reducción narrativa como por generalización semántica, cuando no a su desaparición. En los artículos sobre recurrencias periodísticas y comerciales, el mito aparece desvaído; en el artículo sobre el relato detectivesco, el mito resulta aniquilado. ¿Me atreveré a dar una posible explicación (aun a riesgo de ser tachado de moralista)? Quizá este deslucimiento del mito pueda achacarse al trato desconsiderado que se le ha reservado; se ha utilizado con fines parcial o completamente opuestos a los originales: la explotación con objetivos menos “elevados”, es decir, sexuales en el primer caso (Afrodita), crematísticos en el segundo (Ulises), filosóficos en el tercero (Edipo). Al mito no le conviene su utilización con fines externos bastardos: la función referencial o autorreferencial trascendental, por la que el mito señala a otro mundo o a sí mismo, ha sido prostituida por la función referencial en última instancia inmanente, en virtud de la cual el mito pierde su fuerza evocadora de otro mundo. Con una salvedad: en el artículo edípico, el mito reenvía hacia sí mismo, hacia su propia trascendencia, aunque sea para negarla: de modo similar a la mona que se viste de seda, aunque el relato mítico anuncie la desaparición de la trascendencia, relato mítico se queda.

Los artículos relativos a los nuevos telémacos o las nuevas medusas también hacen referencia a los mitos originales, pero de manera netamente distinta. Un estudio pormenorizado podría objetar que los textos españoles o el texto canadiense aducidos carecen del soporte mítico indiscutible. Sin embargo, la voluntad de las autoras no ha sido tanto detenerse en la explicitación del mito como probar, mediante el argumento mítico, que un referente mitológico (Telémaco, Medusa) puede explicar válidamente una problemática ética y social contemporánea: la nostalgia del padre o la mutilación de la mujer. La función heurística del mito consiste en sacar el máximo rendimiento que ofrecen sus fortalezas: la oferta de imágenes, combinada con la facultad intelectual, presenta mayor capacidad de convicción.

En esta línea, los artículos sobre los mitos norteamericanos también presentan facetas argumentativas: se proponen explicar la evolución de una sociedad a través de las vicisitudes que afectan a los mitos. De nuevo habrá quien repare en el carácter mítico de los temas propuestos: un tipo social (cantautor o ejecutivo), un agente social (empresa cinematográfica

o bolsa de valores). Hablo de ello en el artículo “Tipología de los mitos modernos”. Antes deseo llamar la atención sobre otro aspecto. Ambos artículos —de manera implícita el primero, de manera explícita el segundo— recurren a una figura retórica, la sinécdoque, concretamente de tipo particularizante o inductivo, en la que por medio de lo particular se expresa lo general: un cantante, un ciudadano, una empresa simbolizan un pueblo, un segmento social, un sueño de una nación, todo en clave mítica. La función interpretativa del mito se reviste aquí de función poética.

El mito interviene en los procesos de proyección social: su función referencial colabora en la configuración del imaginario que una sociedad proyecta de sí misma, tanto con reformulaciones enriquecedoras (cuando hacen referencia al mito mismo) como empobrecedoras (cuando se alejan de su razón mítica nuclear). También contribuye en los procesos de explicación social: su función heurística permite ejemplificar las carencias, ansiedades y traumas de los individuos. En fin, su función poética capacita al mito para representar de manera afectiva y efectiva los momentos cruciales en la evolución de una sociedad determinada.

Al final del volumen me he permitido incluir el mentado capítulo sobre la “Tipología de los mitos modernos”, con la idea de ordenar un poco el cajón de sastre donde conviven sus formas nuevas.

4.5. Agradecimientos

Este volumen forma parte de los resultados obtenidos y presentados por el Proyecto nacional de investigación I+D+I *Nuevas formas del mito: una metodología interdisciplinar*, financiado por el Ministerio de Economía y Competitividad (Dirección General de Investigación Científica y Técnica, Subdirección General de Proyectos de Investigación, nº ref. FFI 2012-32594).

También ha contado con la ayuda económica de ACIS. *Grupo de Investigación de Mitocrítica*, cofinanciado por la Universidad Complutense y el Banco Santander (nº ref. 941730).

5. Otras aportaciones

Sería vano y pretencioso sostener que la mitocrítica cultural ya existe. Cada propuesta, individual o colectiva, es solo un impulso que mantiene viva la llama de una tarea destinada a perdurar mientras haya investigadores. La mitocrítica cultural se verá además reforzada en el futuro por

nuevos factores que ahora apenas podemos imaginar, o debilitada porque otros hoy utilizados habrán perdido su pertinencia. Como el mito, la mitocrítica es dinámica.

En nuestro reducido ámbito de influencia, nuestros equipos de investigación han aportado una modesta contribución, que se añade a la de otros equipos, y que paso a enumerar:

1º.- El Proyecto nacional de investigación I+D+I *Antropología mítica contemporánea* (<http://www.ucm.es/info/amaltea/inicio.html>), financiado por el Ministerio de Ciencia e Innovación (nº ref. HUM. 2007-62226) y compuesto por 29 miembros (de 4 universidades, 6 facultades y 11 departamentos), ha realizado durante los años 2007-11 una labor investigadora teórica y práctica sobre los mitos en la sociedad contemporánea. Al final de su recorrido concluyó que no es pertinente hacer hoy mitocrítica con la mentalidad, los principios procedimentales y los materiales del siglo pasado. El Ministerio ha evaluado de modo continuado el proyecto de manera "Satisfactoria".

2º.- El Proyecto nacional de investigación I+D+I *Nuevas formas del mito: una metodología interdisciplinar* (<http://www.ucm.es/actea/>), financiado por el Ministerio de Economía y Competitividad (nº ref. FFI 2012-32594) y compuesto por 38 investigadores (de 10 universidades, 16 facultades y 23 departamentos), ha desempeñado durante los años 2013-15 una investigación teórica y práctica en mitocrítica. Ha pretendido articular un método innovador que permita el estudio satisfactorio de los mitos en la cultura contemporánea, marcada por rasgos hasta ahora no considerados sistemáticamente por la crítica. (Evaluación ministerial pendiente).

3º.- *Amaltea*.

Revista de Mitocrítica (<http://revistas.ucm.es/index.php/AMAL>, ISSN 1989-1709), fundada en 2008, publica anualmente en acceso libre un número anual monográfico, además de otros artículos de miscelánea y reseñas. Las lenguas de trabajo son el inglés, el español y el francés. Indexada en bases de datos internacionales, ha recibido más de 10.000 visitas de usuarios únicos desde su creación y se ha convertido en una referencia obligada de la reflexión en mitocrítica.

4º.- *ACIS*.

Grupo de Investigación de Mitocrítica (<https://www.ucm.es/acis/>), cofinanciado por la Universidad Complutense y el Banco Santander (nº ref.

941730), y compuesto por 40 investigadores (de 6 universidades, 8 facultades y 17 departamentos), se reúne mensualmente desde 2009 para reflexionar sobre mitocrítica. Ofrece gratuitamente sus servicios a amplios espectros de la sociedad, como por ejemplo a los cientos de ciudadanos que, desde 2010, participan en los “Paseos mitológicos” durante la Semana de la Ciencia promovida por la Consejería de Cultura de la Comunidad de Madrid. En 2010 ha sido incluido en el “Campus de Excelencia Internacional”.

5º.- *Asteria. Asociación Internacional de Mitocrítica* (<http://www.asteria-association.org/>), fundada en 2011 y con sede social en Madrid (reg. nº 597347), desarrolla una amplia labor de difusión de la investigación en mitocrítica a todos los niveles mediante la convocatoria de congresos (2011, 2013, 2014, 2016...), certámenes de creación artística (2014) y financiación de la revista *Amaltea*.

6º.- Publicaciones de volúmenes de investigación en mitocrítica contemporánea:

a) *Mito y mundo contemporáneo. La recepción de los mitos antiguos, medievales y modernos en la literatura contemporánea*, Bari (Italia), Levante Editori, 2010, 785 p., 45 ilustr. ISBN: 978-88-7949-547-9. Obra galardonada en 2011 con el Premio Internacional “*Giovi. Città di Salerno*”, distinción otorgada por la Associazione Culturale Demotnoantropologica I Castellani y el Senado italiano.

b) *Myth and Subversion in the Contemporary Novel*, Newcastle upon Tyne, Cambridge Scholars Publishing, 2012, 523 p. ISBN: 1-4438-3746-6.

c) *Mito e interdisciplinarietà. Los mitos antiguos, medievales y modernos en la literatura y las artes contemporáneas*, Bari (Italia), Levante Editori, 2013, 458 p., 80 ilustr. ISBN: 978-88-7949-623-0.

d) *Abordajes. Mitos y reflexiones sobre el mar*, Madrid, Instituto Español de Oceanografía, 2014, 274 p., 95 ilustr. ISBN: 978-84-95877-51-2.

e) *Myths in Crisis: The Crisis of Myth*, Newcastle upon Tyne, Cambridge Scholars Publishing, 2015, 471 p., 12 ilustr. ISBN: 978-1-4438-7814-2.

