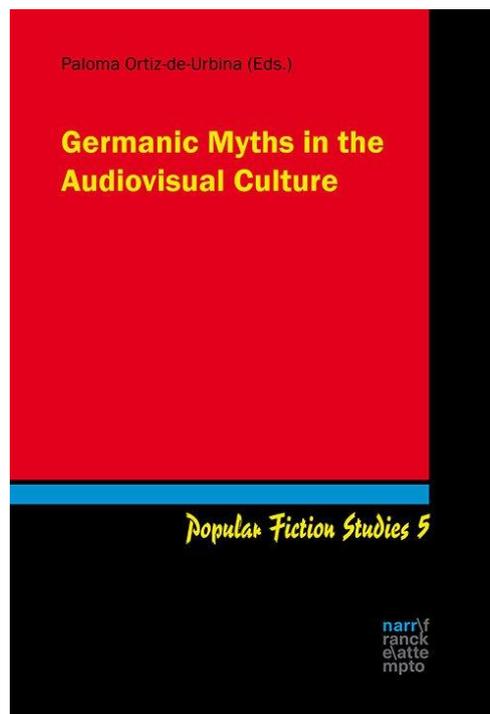


LA RECEPCION DE LOS MITOS GERMANICOS EN LOS MEDIOS  
AUDIOVISUALES

THE RECEPTION OF GERMAN MYTHS IN THE AUDIOVISUAL MEDIA



ORTIZ-DE-URBINA, Paloma (ed.). *Germanic Myths in the Audiovisual Culture*. Narr Francke Attempto Verlag, 2020.

Alberto Robles Delgado<sup>1</sup>

Es innegable que actualmente estamos inmersos en una etapa de auge y revitalización de la cultura nórdica, una edad dorada solo comparable a la fiebre vikinga vivida en el siglo XIX, un momento de especial devoción hacia las culturas nórdica y germánica donde se popularizaron un gran número de mitos y leyendas que aún hoy día seguimos encontrando.

---

<sup>1</sup> Doctorando en Historia Medieval por la Universidad de Alicante, colaborador grupo de investigación HUM-1026 Imagen y Memoria y colaborador internacional de NEVE (*Núcleo de Estudios Vikings e Escandinavos*). E-mail: [alb14j52@hotmail.com](mailto:alb14j52@hotmail.com)

Al igual que en su versión decimonónica, el renovado interés por dichas culturas se hace patente en la fama alcanza a través de los medios artísticos dominantes y de la diversidad de representaciones y formatos en los que podemos encontrar estos mitos: cine, series de televisión, videojuegos, comics, tatuajes, etc.

Este *revival* tiene un origen totalmente audiovisual, y es que el estreno en 2013 de la serie de History Channel “Vikings” supuso un revulsivo extraordinario que, en connivencia con las nuevas tecnologías como internet y las redes sociales, ha permitido su difusión a nivel global creando un auténtico fenómeno de masas. A pesar de que los medios audiovisuales suelen ser objeto de crítica por parte de los académicos, en relación a su falta de rigor histórico, no debemos desdeñar el impacto que estos tienen en el imaginario popular así como su capacidad para arraigar imágenes e ideas, dando lugar a la mitificación o el olvido de civilizaciones enteras. Corrientes teóricas más modernas han puesto su foco de atención en el estudio de este impacto y de su recepción en la sociedad que, aunque generalmente cargado de estereotipos y falsas creencias, nos da una imagen nítida de la sociedad del momento y de cómo se están entendiendo o resignificando estos mitos.

Frutos de estas nuevas tendencias en el estudio de la recepción, surge esta obra colectiva que reúne a especialistas de diferentes instituciones universitarias, tanto españolas como internacionales, coordinado por la Profesora Paloma Ortiz-de-Urbina de la Universidad de Alcalá, Madrid. Este libro ha sido posible gracias al proyecto de investigación “Acis & Galatea: Research Activities on Cultural Myth-Criticism” y al trabajo del grupo de investigación RECEPTION de la Universidad de Alcalá.

Este libro se encuentra dividido en cuatro bloques temáticos, cada uno de ellos compuesto por diversos capítulos, tanto en lengua inglesa como alemana, donde se abordan diferentes aspectos de la mitología germánica en contextos artísticos variados y con metodologías que van desde el análisis de filmes, la traductología, la ecocrítica o el comparativismo mitológico.

El primer bloque trata sobre la figura del compositor alemán Richard Wagner y su impacto en la cultura audiovisual contemporánea, y es que para entender la representación de los mitos germánicos en el cine es obligatorio acercarse a Wagner y más concretamente a su

tetralogía “El anillo del nibelungo” (*Der Ring des Nibelungen*). Esta obra supone un hito artístico total (*Gesamtkunstwerk*)<sup>2</sup> que dota de un simbolismo y una imaginería personalizada a estos mitos y que, gracias al alcance de la ópera como medio de masas de su época, consiguió propagar y popularizar esta visión sobre el mito de Siegfried. No es de extrañar que el cine beba directamente de esta obra en sus representaciones, pues como toda corriente artística el cine buscó inspiración en las artes precedentes y la ópera de Wagner ocupaba un lugar reverencial en el imaginario popular.

Este bloque arranca con la contribución, a cargo de la profesora Paloma Ortiz-de-Urbina, titulada *The Siegfried Myth in Opera and on Film: From Richard Wagner to Fritz Lang*, en la cual vemos de primera mano como se produce ese trasvase artístico y referencial de la obra operística de Wagner a un cine aun bisoño, en la obra silente del director alemán Fritz Lang, “Siegfried” (1924).

El segundo trabajo, *The Ring of the Nibelung: Philosophy, Wagner and La Fura dels Baus*, su autora Magda Polo Pujadas, nos muestra como Richard Wagner se relaciona con las corrientes filosóficas de su época y como estas han dejado su huella en la obra del compositor alemán. Concretamente se abordan las influencias del filósofo Ludwig Feurebach y de Arthur Schopenhauer, ambos con unas ideologías muy diferentes entre sí, cuyo choque se representa en el acto final de la obra con la inmolación de Brünhilde, en “El ocaso de los dioses”. Este capítulo también recoge la reinterpretación realizada por la compañía de teatro vanguardista, *La Fura dels Baus*,<sup>3</sup> que en 2009 ofreció una adaptación de la tetralogía wagneriana en la cual se propone un final marcadamente positivo, que ilustra el papel del hombre como motor de un nuevo orden, en una concepción que recupera los valores originales de Feurebach.

Será a través de la compañía teatral catalana que se establece la conexión con el siguiente capítulo a cargo de Miguel Salmerón Infante, *Staging Wotan: Chereau, Schenk and La Fura dels Baus*, en el que se analizará la figura de Odín-Wotan tanto en la versión

---

<sup>2</sup> Término alemán que designa a un tipo de obra de arte “total” pues integra las seis artes: música, danza, poesía, pintura, escultura y arquitectura.

<sup>3</sup> Compañía de teatro catalana creada en 1979, que actualmente integra diversos registros del teatro de texto, el teatro digital, la ópera y el género cinematográfico. Cuenta con una larga trayectoria vital, que suma más de tres mil representaciones, así como con diversos premios y galardones.

contemporánea de *La Fura*, como en las versiones de Patrice Chéreau para el centenario del Festival de Bayreuth (1976-1979), y la de Otto Schenk en el *Metropolitan* de Nueva York (1986-1989). Este análisis se realiza mediante la idea del *traddutore traditore* (traductor traidor), que establece la figura del traductor como el elemento que traslada la información de un medio a otro, en este caso desde las concepciones originales de Wagner sobre este dios, plasmada en sus libretos, a la representación teatral llevada a cabo por los escenógrafos. Esto da lugar a algunas “traiciones” y reescrituras sobre el personaje, que afectan a su representación y transformación, pero no debemos olvidar que los mitos son entidades mutables que bajo el prisma de diferentes consideraciones y momentos, se diversifican y enriquecen, dando lugar a una heterogeneidad de representaciones y sentidos que contribuyen a mantener vivos a estos mitos.

Este primer bloque cierra con el texto de Jesús Pérez-García, *Die Wandlung des Nibelungenmythos in der bande dessinée von Sébastien Ferran L'Anneau des Nibelungen*, que analiza la adaptación del mito nibelungo al noveno arte en la obra de Sebastien Ferran, “L'Anneau des Nibelungen” (2007-2013), para la BD franco-belga. No es de extrañar que la obra de Wagner no solo haya servido de inspiración y referencia para el cine, sino que el mundo del cómic también se haya visto influenciado por esta. Ya sea con la intención de adaptar la tetralogía wagneriana o simplemente el mito de los nibelungos, las referencias al compositor alemán son ineludibles, y es también gracias a él que el mito permanece vivo dentro del mundo de la viñeta, como podemos ver en la exitosísima publicación de otro cómic llamado “Siegfried” (2008-2011), de Alex Alice. Como bien explica Pérez-García, estas adaptaciones que surgen dentro de una sociedad digital globalizada, han perdido gran parte de las referencias originales, reflejo fiel de la época decimonónica, en aras de una adaptación a un nuevo formato artístico y sobre todo la de ajustarse a un público concreto, joven y moderno, más habituado a la llamada fantasía heroica que a los códigos semánticos manejados por Wagner.

El segundo bloque temático aborda las adaptaciones audiovisuales de los mitos germánicos desde diferentes perspectivas estéticas y teóricas, además de incluir un apartado dedicado a las diferentes estrategias de traducción y subtitulación empleadas en los medios audiovisuales, más concretamente las series de televisión, en un ejercicio de visibilización de

un área poco tratada, que se ha convertido en indispensable para las nuevas formas de consumo audiovisuales.

Este segundo bloque comienza con el trabajo de Heidi Grünewald, *Mythos und Utopie in Fritz Langs Nibelungenfilm*, que en relación directa con el primer capítulo, continúa ahondando en la obra de Fritz Lang y pone de manifiesto algo muy importante en lo referente a trabajar con cine, y es que las películas son productos de su tiempo y se relacionan con su presente de una manera directa que las complementa y moldea en base a unos parámetros ideológicos propios de su casuística cronológica. Por tanto, podemos ver en esta película un reflejo claro de la situación política en la que se encontraba Alemania, en el periodo conocido como la República de Weimar, y como se trasladan las ideas claves del mito a una sociedad caracterizada por la desilusión y la racionalización.

Continuamos con el capítulo titulado *The Image of Germany in German Films. A Study of National Stereotypes in Two Film Adaptions of the Epic Poem Nibelungenlied*, de Laura Arenas, en el cual se compara la película "Die Nibelungen" (segunda parte del film de Fritz Lang) y "Dark Kingdom" (Uli Edel, 2004), con la intención de evaluar los estereotipos nacionales alemanes, a través de estas dos películas que versan sobre el mito de los nibelungos. Desde luego el cine es uno de los principales medios para la creación y difusión de estereotipos, no solo históricos o culturales sino también nacionales, ofreciendo una imagen que pudiendo no ser muy fiel a la realidad, transmite un mensaje sobre la forma de ver a un determinado grupo nacional, y ese es un activo importante que convierte el estudio de los estereotipos en el ámbito audiovisual, en una fuente de información de primera mano.

La siguiente contribución, *Artusmythos und Transtextualität in Monty Python and the Holy Grail*, de Peio Gómez Larrambe, examina la representación del mito artúrico en la archiconocida película "Monty Python and the Holy Grail" (1975), a través de las relaciones intertextuales que se establecen entre el mito y el medio cinematográfico. Esto da lugar a una reelaboración del mito en base a una serie de elementos narrativos populares, que conforman el imaginario colectivo, pues al adaptarlo a los códigos propios, no solo del medio audiovisual sino de la comedia, se produce una desmitificación del propio mito artúrico.

Finalmente, Elena Castro García en *The Duality of Translation in Historical Television Series: Vikings*, aborda el trabajo lingüístico de la serie, así como la labor de traducción, en una producción que incorpora la presencia de lenguas antiguas como el anglosajón o el nórdico antiguo, con la intención de mostrar una diferenciación cultural y darle un añadido “exótico” y atrayente a esta ficción televisiva, ya que no es una práctica muy común. Hay que tener en cuenta todo el trabajo de traducción y contextualización necesario para extrapolar esto al inglés moderno y después a otros idiomas, como en este caso el español.

Si concebimos los mitos como elementos fundacionales de nuestra civilización, en los cuales se condensan todos los principios ideológicos, culturales y sociales de un sistema de creencias y concepciones, cuyo legado continúa vigente hoy día, no debe extrañaros la atención suscitada desde el mundo artístico por estos mitos, que han sido plasmados desde un sinfín de puntos de vista, interpretaciones, modalidades y formatos. Esto es justo lo que aborda el tercer bloque temático explorando los mitos germánicos en la televisión, los videojuegos y los pósters propagandísticos.

Con el foco de atención centrado nuevamente en la serie de televisión de History Channel, Ana Melendo Cruz en su ensayo titulado *Odin and Ragnar in the television series Vikings: Between myth and legend*, desarrolla un análisis de esta producción audiovisual a través de su dimensión mitológica que ha permitido a los espectadores acercarse a una capa ficticia más allá de los eventos históricos, dentro del propio universo de ficción que compone la serie en sí misma. El análisis se centra en la figura del dios Odín y el protagonista de la serie, Ragnar Lothbrok, entre los cuales se crea una intencionada relación que permite interconectar el plano empírico con el plano sobrenatural, adoptando una serie de estrategias formales que aleja esta producción de los modelos clásicos hollywoodienses.

Es el turno ahora del décimo arte sobre el que nos habla Irene Sanz Alonso, *Rebuilding Germanic Myths in Video Games: The Witcher, Hellblade and God of War IV*, en un trabajo que pone de relieve la importancia que está alcanzando la industria del videojuego, no solo a nivel económico y comercial, sino como una industria artística que a través de la exploración de nuevas narrativas, que cuentan con la particularidad de hacer participe de forma directa al espectador (en este caso el jugador), comienza a ocupar un lugar referencial antaño copado,

en exclusiva, por el cine. El videojuego ha demostrado ser un terreno muy fértil para la exploración de la mitología, tal vez por su talante considerado como más “fantasioso” frente a la concepción más “realista” del cine; tal y como podemos observar en el análisis de estos tres videojuegos, éxitos de público y crítica, que nos permiten adentrarnos en diferentes propuestas jugables sobre los mitos germánicos y sus particulares representaciones y rescrituras.

En último lugar, María Jesús Fernández-Gil en un capítulo llamado *Intersemiotic Analysis of Nazi Posters: Nordic Mythology at the Service of Arianism*, propone un análisis semiótico de la forma en que los nazis adaptaron los modelos lingüísticos y visuales buscando transmitir un mensaje ideológico a través de la propaganda, utilizando el atractivo de la mitología germánica como elemento cohesionador de una sociedad artificialmente unida por la idea de la pureza racial. Este ensayo también reflexiona sobre la manipulación mediática a la que estamos expuestos hoy día, ya no a través de posters y panfletos, sino de las llamadas *fakes news*, y la tendencia actual a fabricar “la realidad” mediante la manipulación digital de imágenes y videos, por lo que es más necesario que nunca una alfabetización visual que nos permita discernir con claridad entre el bombardeo continuo de estímulos ideológicos al que estamos sometidos.

El último bloque está compuesto por contribuciones que trabajan líneas de investigación menos comunes, como puede ser la ecocrítica o el comparativismo mitológico, pero que representan por un lado la flexibilidad que posee el campo de los mitos germánicos, capaz de permear en todo tipo de disciplinas, y por otro, la coralidad de puntos de vista desde los que se puede abordar la recepción de mitos en la actualidad.

Lorena Silos Ribas inaugura este bloque con su ensayo *How to Train Your Dragon: An Ecocritical Approach to Myth Criticism*, en el cual argumenta que las narraciones fílmicas y literarias, habitualmente, han contado con héroes que no se salen de la norma y si lo hacen son castigados por ello, pero esto ha comenzado a cambiar en el cine de animación y los héroes, cada vez más, rompen esas restricciones negándose a perpetuar creencias o actitudes tradicionales, para finalmente, entrar en una nueva etapa de modernización social, que plantea sistemas de funcionamiento más sostenibles con su entorno. Este análisis se realiza mediante

la película de animación “How to train your dragón” (2010) en el que se plantea una reinención “ecologista” del mito de Sigurd y el dragón.

En la línea teórica del capítulo anterior, Lorraine Kerslake Young en *In the beginning was Crow: Reinventing and Subverting the Creation Myth*, analiza la comprensión mitológica del poeta y escritor de libros infantiles, Ted Hughes, a través de un análisis ecocrítico de su obra poética “Crow”, donde la figura mitológica del cuervo es reverenciada e imbuida de una significación que responde a su relación personal con el cristianismo.

El broche de oro, no solo de este bloque sino de la obra al completo, lo pone Yue Wen con su trabajo *Norse Mythology and Chinese Mythology in Comparison: The Origin of the Cosmos, Time and Space*, en el que se comparan la mitología nórdica con la mitología china a través del mito de la creación, y como sus protagonistas, el gigante Ymir y Pangu, nacen de elementos contrapuestos que se combinan para crear una unidad armoniosa, y de la concepción de tiempo y espacio, en torno a las figuras del árbol nórdico Yggdrasil y del chino Fu Sang, como elementos centrales de ambas cosmogonías y puentes de conexión entre los diferentes mundos o estratos que los conforman.

Esta obra ha puesto de manifiesto, no solo la validez académica de los estudios de recepción, con un trabajo concienzudo y sólido, sino la riqueza de puntos de vista desde los que se pueden abordar el estudio de los mitos germánicos, en una realidad que nos empuja cada vez más, y con gran acierto, hacia la interdisciplinariedad. Es gracias a esta variedad metodológica y temática que en este libro pueden encontrarse contribuciones que resultan interesantes y útiles para la gran mayoría de estudiante o especialistas que trabajan esta temática u otras afines, lo que junto a una revisión modernizada de los mitos y sus adaptaciones artísticas, así como una bibliografía actualizada, convierten a esta obra en un material de referencia dentro del campo de estudios sobre recepción.