

Diálogos con el moderno Prometeo

La publicidad contemporánea nos aporta numerosas evidencias sobre la alteración moderna de los mitos clásicos. Los distintos *spots* nos presentan a Artemisa / Diana o a Zeus / Júpiter reconvertidos en atletas de éxito. La cantante Florrie se convierte en Afrodita / Venus en varias campañas del perfume de Nina Ricci. Una joven diosa que camina por un bosque de manzanos para terminar atrapando el producto, que se presenta en un frasco con forma de manzana. La fruta de oro que se disputaron varias diosas, el mordisco prohibido de Eva, la esencia contemporánea que utiliza una modelo reconvertida en una suerte de Caperucita. Los mitos se adaptan a la sociedad. Son líquidos y asumen con facilidad todo tipo de solutos: una pizca de historias increíbles, un poco de originalidad y una buena dosis de elementos cotidianos, hijos de un contexto histórico. Con todo ello: voilà! La disolución resultante no puede ser más atractiva. Se identifica con un sinfín de colores que cambian en base a las mezclas. Mary Shelley era una mujer brillante que logró algo maravilloso, un disolvente perfecto que dio lugar a nuevas disoluciones: el mito del monstruo de Frankenstein. No por nada, la novela contó sintomáticamente con un subtítulo mítico, *El moderno Prometeo*.

En palabras de los coordinadores de *Frankenstein. Un mito literario en diálogo con la filosofía, las ciencias y las artes*, “los diferentes artistas y épocas, con sus diferentes perspectivas, han mantenido y acrecentado el mito” (p. 17). De ello nos habla la revisión por el cine y la narrativa gráfica que proponen respectivamente Alicia Hernández y Gonzalo M. Pavés. Los dos ensayos son representativos del espíritu de la obra: la amenidad en la lectura, que busca una cercanía con el lector, y la necesidad de configurar una visión amplia que

redunde en la importancia del mito. Los dos textos forman el tercer bloque de la obra junto a “Entre lo sublime, lo pintoresco y lo bello: El sentimiento romántico del paisaje en Frankenstein de Mary Shelley”, firmado por Francisco García Gómez. “Bloques” titulados como “Diálogos”. Interacciones entre los autores y el lector. Entre los firmantes y la propia obra de Shelley.

Conversaciones interdisciplinarias que conmemoran apropiadamente los doscientos años de la primera edición de la obra, en 1818. Con un prólogo firmado por el director de cine Gonzalo Suárez, el libro nos habla en su primer diálogo de la autora y del rico mundo interior que le llevó a concebir su propuesta (a cargo de Ana López y Pompeyo Pérez). Se desarrolla además una acertada descripción del reflejo en el texto de la geografía conocida en el momento. Constantino Criado la entiende como “una herramienta para entender procesos a diversas escalas espaciales y temporales” (p. 49). El segundo bloque nos habla del surgimiento de la criatura en un contexto muy concreto para la ciencia. Tomás Martín plantea un ensayo certero y original, necesario para complementar las distintas perspectivas que se reúnen en el libro de Berenice. El monstruo de Frankenstein apareció asimismo en el seno de una sociedad que otorgaba a las mujeres un papel totalmente marginal, lo que obligó a que “la obra se publicara de forma anónima, ocultando el nombre de la autora” (p. 101), tal y como acentúa Inmaculada Perdomo. Las diferentes visiones configuran así un poliedro indispensable para aproximarse a uno de los pilares narrativos de la contemporaneidad.

La cultura pop sigue privilegiando a la criatura creada por el doctor Frankenstein. Forma parte de videojuegos y series de animación desde Japón hasta Estados Unidos. Y sirve, por supuesto, como reclamo publicitario más allá de Halloween: la marca Apple lo utilizó en Navidad en el año 2016 con un *spot* que llevaba por título *Frankie's Holiday*. Planteaba la idea de que él también tenía derecho a compartir el espíritu navideño.

De distintas formas, el monstruo continúa muy vivo. Larga vida al mito moderno.