

RESEÑAS / REVIEWS

KARL C. ALVESTAD, ROBERT HOUGHTON (eds.), *The Middle Ages in modern culture: history and authenticity in contemporary medievalism*, Bloomsbury Publishing PLC, Londres, 2021, 288 págs., ISBN: 978-1-7883-1478-7.

En las últimas décadas, la representación y el consumo de lo medieval en la cultura popular contemporánea han adquirido formas complejas y variadas. El cine, la televisión y la literatura han establecido nuevos lazos temáticos y estéticos, convirtiendo a la Edad Media en uno de los escenarios más fértiles para la creación de ficciones de masas (MARSHALL, 2007). Paralelamente, la sociedad digital ha desarrollado sus propios mundos medievales, basados en la interactividad y el lenguaje videolúdico (KLINE, 2014). En un dominio más tradicional, la industria del turismo no ha desaprovechado la oportunidad de ofrecer todo tipo de «experiencias medievales», desde castillos acondicionados hasta parques de espectáculos. Según Carol L. Robinson y Pamela Clements, el «neomedievalismo» internacional se sostiene actualmente sobre «an alternate universe of medievalisms, a fantasy of medievalisms, a meta-medievalism» (ROBINSON y CLEMENTS, 2009: 74).

Sin embargo, el diagnóstico historiográfico anterior contrasta con las dinámicas internas del mercado cultural contemporáneo. En este ámbito, buena parte del capital simbólico y del atractivo comercial de los productos «medievales» depende de su capacidad para recrear una Edad Media «auténtica» o «verdadera». Por ello, muchos videojuegos, películas y novelas se presentan ante su público como «históricos», aun cuando sigan caminos diferentes a los de la historia académica (FITZPATRICK, 2019). Pero ¿qué significado tiene exactamente la «historicidad» en este contexto? ¿Responde al grado de fidelidad con respecto a la «realidad medieval» o es una dimensión construida por el presente? Y, pensando más allá, ¿se trata de una noción vinculada a ideologías determinadas? ¿O puede ser una herramienta al servicio de intereses variados e, incluso, contrapuestos?

The Middle Ages in modern culture: history and authenticity in contemporary medievalism, publicado por la editorial Bloomsbury en 2021, pretende responder a estas preguntas. Sus editores, Karl C. Alvestad y Robert Houghton, son profesores de la University of South-Eastern Norway y de la University of Winchester, respectivamente. Ambos se especializan desde hace una década en el estudio de las representaciones de la Edad Media en el mundo contemporáneo. En los últimos años, han dirigido proyectos editoriales como *Premodern rulers and postmodern viewers: gender, sex, and power in popular culture* (Palgrave Macmillan, 2018) y *Playing the Crusades* (Routledge, 2021). Además, en este libro cuentan con la participación de otros once especialistas en el campo del «neomedievalismo»,

precedentes en su mayoría de universidades británicas y norteamericanas.

A nivel estructural, *The Middle Ages in modern culture* está dividido en tres grandes bloques de contenido. El primero de ellos, titulado «Claiming authenticity», se propone rastrear las intenciones políticas escondidas tras algunas representaciones medievales pretendidamente «históricas». En este sentido, los autores entienden la «historicidad» como un discurso susceptible de ser instrumentalizado por las distintas ideologías confrontadas en el campo de la cultura popular. Se trataría, por lo tanto, de uno de los muchos disparadores intelectuales activados por las «guerras culturales» contemporáneas, ya sea a escala nacional o internacional. Así, en su análisis de la literatura noruega posterior a la Segunda Guerra Mundial («The “accurate” deeds of our fathers: the “authentic” narrative of early Norway»), Alvestad demuestra que la idea de un paisaje medieval «auténtico» sirvió para construir un relato esencialista del pasado del país, aprovechado más tarde por grupos de ultraderecha.

Siguiendo la misma línea, el capítulo de Helen Young («Race and historical authenticity: *Kingdom Come: Deliverance*») es especialmente sustancioso. En él se reconstruye el debate sobre la ausencia de personajes negros en el videojuego *Kingdom Come: Deliverance* (DEEP SILVER, 2018), ambientado en la Bohemia del siglo XIV. Tras las críticas por racismo recibidas en redes sociales, los desarrolladores del videojuego se defendieron de lo que consideraban un ataque de las «políticas identitarias modernas». Pero lo significativo del caso es que los argumentos de ambos bandos se sostenían sobre el concepto de «verdad histórica», es decir, sobre la supuesta existencia de documentos que refrendaban sus propias tesis e invalidaban las de sus oponentes. Como señala Young, «the question then is not “why are the Middle Ages so strongly associated with racial whiteness?” but “what connects ideas about historical authenticity and race?”» (p. 29).

Por su parte, el segundo bloque de contenido, titulado «Exploring authenticity», intenta explicar por qué ciertos datos históricos incorrectos o inexactos se transmiten como «auténticos» en la cultura popular. En este sentido, los autores afirman que «historical authenticity has little to do with verifiable historical fact, even though it is predicated as a concept on existence of an objective and knowable historical truth» (p. 39). A partir de perspectivas cercanas a la teoría de la recepción (JAUSS, 1983), el libro concluye que las informaciones sobre el pasado medieval se incorporan a las reconstrucciones contemporáneas de la Edad Media en la medida en que se acomodan a las expectativas y necesidades de los consumidores actuales, independientemente de su adecuación a los estándares de la historia académica.

Aplicando estas ideas, Laura S. Harrison («Contrary to common sense: the impact of the depiction of William Wallace’s longsword») propone que la cultura popular continúa imaginando a William Wallace con una espada larga por razones simbólicas y operativas: «though Wallace did not have a longsword in the fourteenth century, he certainly does in the twenty-first» (p. 55). De manera complementaria, el trabajo de April Harper («Misdiagnosing medieval medicine: “magical” muslims, metanarrative and the modern media») interpreta la representación negativa de los médicos musulmanes en el cine y en la televisión como la confluencia de varios «metarrelatos» progresistas y orientalistas: «when applied to medicine, science and technology, inaccuracy is not only a general tool for world-crafting, but functions on far deeper emotional and cognitive levels, impacted by nationalism and fear» (p. 70).

Finalmente, el tercer bloque de contenido, titulado «Creating authenticity», se dedica a examinar los mecanismos empleados por los medios contemporáneos para generar la sensación de «historicidad». En este caso, el concepto se aproxima al «efecto de realidad» de Roland Barthes, basado en la construcción de una «ilusión referencial» dentro del discurso histórico (BARTHES, 1987). El capítulo de Megan Arnott («The tourist gaze and the medieval landscape»), por ejemplo, analiza los procesos creativos implicados en el diseño de espacios turísticos medievales, cuyo valor comercial descansa sobre la idea de «autenticidad». Tras un estudio centrado en el ámbito vikingo, Arnott afirma: «the Jorvik Viking Centre, and other open-air museums, attempt to duplicate the reality of the past, but in the process they create their own reality, which is then re-represented elsewhere as tenth-century York» (p. 128).

Esta interpretación del producto «neomedieval» como «absolute fake» (ECO, 1998) se refuerza al considerar los recursos ofrecidos por la interactividad y la creación colectiva. Así, en su trabajo sobre las extensiones de software (*mods*) del videojuego *The Elder Scrolls V: Skyrim* («Modding and authentic, gritty medievalism in Skyrim»), Victoria Cooper muestra que las actualizaciones más populares entre los consumidores fueron aquellas vinculadas al «gritty medievalism», un subgénero caracterizado por su representación descarnada y pretendidamente «realista» de la Edad Media (YOUNG, 2016). Según Cooper, estas estadísticas «provide us with an avenue through which to explore the subtle shifts in trends of representing the past that affect a viewer's horizon of expectations» (p. 171).

En conclusión, *The Middle Ages in modern culture* abre nuevos caminos en el estudio de las representaciones de la Edad Media en el mundo contemporáneo. Explorando las intersecciones de la historia medieval y los *mass media*, sus autores desvelan una relación parasitaria, que desfigura el discurso histórico hasta convertirlo en un producto comercial de éxito. Además, a pesar de tratarse de un proyecto colectivo, Alvestad y Houghton logran mantener un posicionamiento intelectual sólido, lo que les permite pensar la construcción de la «autenticidad» en la cultura popular desde una perspectiva historiográfica. Como resultado, el libro demuestra que la idea de «verdad histórica», cada vez más cuestionada en el mundo académico, redescubre actualmente su valor en el campo del «neomedievalismo».

Referencias

- BARTHES, R. (1987): «El efecto de realidad», *El susurro del lenguaje: más allá de la palabra y de la escritura*, Paidós, Barcelona: 179-188.
- ECO, U. (1998): «Dreaming of the Middle Ages», *Faith in fakes: travels in hyperreality*, Vintage, London: 61-72.
- FITZPATRICK, K. (2019): *Neomedievalism, popular culture and the academy: from Tolkien to Game of Thrones*, D. S. Brewer, Cambridge.
- JAUSS, H.R. (1983): *Toward an aesthetic of reception*, University of Minnesota Press, Minneapolis.
- KLINE, D.T. (ed.) (2014): *Digital gaming re-imagines the Middle Ages*, Routledge, New York.

- MARSHALL, D.W. (ed.) (2007): *Mass market medieval: essays on the Middle Ages in popular culture*, McFarland & Company, London.
- ROBINSON, C.L.; CLEMENTS, P. (2009): «Living with neomedievalism», en Fugelso, K. (ed.), *Studies in medievalism XVIII: defining medievalism(s) II*, D. S. Brewer, Cambridge: 55-75.
- YOUNG, H. (2016): «The real Middle Ages: gritty fantasy», *Race and popular fantasy literature*, Routledge, New York: 63-87.

Pablo Fernández Pérez
Universidad de Santiago de Compostela
<https://orcid.org/0000-0003-4269-6301>
pablofdezperez@hotmail.es