

LA EMERGENCIA DE LO TRANSMEDIA Y POSLITERARIO EN LA ADAPTACIÓN

THE TRANSMEDIA AND POST-LITERARY EMERGENCE IN ADAPTATION

David LEA

Universidade de Santiago de Compostela
david.ferron@rai.usc.es

Resumen: En el contexto del mercado global, el papel central de las plataformas en la sociedad actual conlleva el irrefrenable crecimiento de una infraestructura digital caracterizada por las interacciones de personas usuarias en la red. Este modelo participativo ha repercutido también directamente en el carácter colaborativo entre diferentes obras artísticas en los procesos de adaptación, dejando de lado una tradición de enfrentamiento dicotómico entre el original-novela y la copia-filme. Consecuentemente, Hutcheon y Bortolotti rescatan el término «replicación» de Dawkins para explicar las distintas expresiones mediáticas que se producen repitiendo argumentos preexistentes en sus formas narrativas y cómo las transformaciones resultantes actualizan o hacen evolucionar la(s) historia(s). El fenómeno transmedia define la estética de las grandes franquicias cinematográficas, el *streaming* o el VoD, donde la audiencia surge como mediadora directa de la trama, desde el medio puramente (pos)literario, aunando autoría y recepción (véase la tuitaratura), hasta la fusión con el cine en sus adaptaciones. El objetivo último es ilustrar la emergencia del paradigma digital y el peso específico del giro mediático y performativo.

Palabras clave: Adaptación. Plataformas. Posliterario. *Streaming*. Transmedia.

Abstract: In the context of the global market, the main role of platforms in current society provokes the unstoppable growing of a digital infrastructure characterized by users' interactions in the net. This participatory model has also directly involved the collaborative character within different art works in the adaptation processes, leaving behind a tradition of dichotomic struggle between original-novel and copy-film. Consequently, Hutcheon and Bortolotti rescue the Dawkins' term of «replication» to explain the distinct media expressions which are produced repeating preexistent arguments in their narrative forms and how resulting transformations actualize or evolve (hi)stories. The transmedia phenomena define great franchises, streaming or VoD aesthetics, where audience emerges as direct mediator of the plot, from the purely post-literary medium, bringing together authorship and reception (see twitterature) to the fusion with cinema in its adaptations. The final goal is to illustrate the emergency of digital paradigm and the specific weight of media and performative turn.

Keywords: Adaptation. Platforms. Post-literary. Streaming. Transmedia.

1 Nuevo mercado global, misma relevancia capital

Vivimos en un mundo, el actual, cuyo consumo cultural individual o singular se resume en la interacción de las personas con sus herramientas tecnológicas y nichos digitales. Las redes sociales y las plataformas de *streaming* o *Video on Demand* (VoD) son los principales medios por los que se difunden grandes cantidades de información de todo tipo y, cada vez más y de forma inevitable, también gran parte de la producción cultural. Esto de por sí no constituye un problema más allá del uso adecuado de los nuevos sistemas de los que disponemos, pero sí un interesante paradigma renovado cuyas caracterizaciones definen su amplitud y emergencia. El fenómeno «post-», a través de los diferentes procesos de transmediación, hibridación, multimedialidad, intertextualidad, transdisciplinariedad o interartisticidad, define nuevas realidades en todos los ámbitos de lo humano, pasando por lo económico y el poscapitalismo, lo social y lo posthumano, lo literario y lo posliterario o lo cinematográfico y lo posfílmico.

El poscapitalismo se erige como una definición paradigmática y que engloba las dinámicas actuales de mercado y consumo en relación con la producción cultural, audiovisual y digital. Nick Srnicek (2018) lo define como un capitalismo de plataformas prototípico de los modos de producción de la década pasada y la presente, una suerte de capitalismo digital inspirado de las teorías del aceleracionismo tecnológico y la revolución sociotecnológica. Estas premisas comparten escena con otras teorías del poscapital precedentes como el capitalismo intelectual de Peter Drucker (1993) o el capitalismo climático de Paul Mason (2015). Drucker (1993) define una sociedad poscapitalista en la que mal conceptualizada «macroeconomía» da paso a una caracterización del mercado focalizada en la descentralización y la simplificación ante la distribución del capital entre distintos actantes (bancos, aseguradoras) con la toma de poder por parte de la ciudadanía/personas usuarias. Por su parte, Mason (2015) también reflexiona en las coordenadas de un poscapitalismo digital que subvierta los desequilibrios sociales provocados por el modelo precedente y que establezca una sociedad más comprometida con su entorno o globalmente sostenible. Invoca, pues, el resultado de una revolución tecnológica que destruya el modelo económico de la propiedad privada y los mercados de flujos corporativistas.

Así, el capitalismo de plataformas o digital señala una transformación de la economía global con la emergencia de nuevas formas de consumo, lo que provoca una forma de operar empresarialmente dirigida a satisfacer una demanda concreta centrada en la producción de oferta virtual. Como consecuencia, Srnicek (2018) establece una categorización de los cinco tipos de plataformas que él considera constitutivas de la era poscapitalista¹:

1. Las plataformas industriales o grandes empresas de la era capitalista, que se adecuan a las facilidades del mercado digital. El autor propone el caso de Siemens, pero la categoría sería extensible a otras grandes compañías de telecomunicación, como Telefónica o Vodafone.
2. Las plataformas de productos o empresas que hibridan su modelo de producción tradicional con las ventajas de los modelos de distribución y publicidad digitales. El autor propone el caso de Rolls Royce, aunque se podrían añadir también otras grandes compañías automovilísticas, como Ferrari o Aston Martin, por ejemplo.

1 José Luis Brea reflexionaba diez años antes a este respecto con la aplicación de la crítica en la que él consideraba la era del capitalismo cultural en *cultura_RAM. mutaciones de la cultura en la era de su distribución electrónica* (2007).

3. Las plataformas austeras, aquellas cuya actividad está totalmente limitada al medio digital en cuanto a su demanda e interacción con las personas interesadas, ahorrando así gastos y optimizando beneficios. Srnicek propone los ejemplos de Uber y Airbnb, pero también serían los casos de Cabify, Logitravel o Booking.
4. Las plataformas de nube dedicadas exclusivamente a la creación de software y hardware, al estilo de Microsoft.
5. Las plataformas publicitarias, aquellas que hacen un uso de los datos de las personas usuarias para su propio beneficio a través de la venta de publicidad personalizada.

Es de especial interés esta última categoría, dado que algunos de los ejemplos propuestos por el autor, como Google, realizan ese tipo de prácticas a través de una estructura digital que favorece una cesión de datos a menudo desinformada. Esta estrategia es similar a la de algunos de los medios digitales anteriormente mencionados, al respecto de su masificación en el contexto tecnológico y social en la actualidad. Facebook, YouTube e Instagram o WhatsApp, entre otras, buscan beneficios a través de la aplicación de políticas de privacidad que inducen a las personas usuarias de estas plataformas a ceder sus datos de forma casi inconsciente o automática. Estas conductas, sin embargo, favorecen la prevalencia de ese sistema de capitalismo digital o poscapitalismo².

2. Fidelidad obviada, del proceso al resultado en el marco posliterario

Esta idea de lo *post-* es retomada por Thomas Leitch (2004, 2007) en el ámbito de los estudios filmicos y su relación con lo literario o posliterario. Incide en un hecho particular y consistente en la historia de los estudios de adaptación como es la problemática de la búsqueda de las fuentes originales en la tradición analítica de los estudios de adaptación. Pues, los diferentes investigadores del campo despreciarían, o al menos dejarían de lado, la cuestión mucho más relevante del resultado de la propia adaptación y todo el proceso que ha llevado a ella. Un pionero como George Bluestone ya teorizaba a mediados del siglo pasado con la importancia de otorgar al texto transformado su peso, puesto que no se trata de una simple conversión a otro medio, sino de una reconstrucción en una nueva historia partiendo de una materia prima precedente no desarrollada. Leitch insiste, así pues y de manera homóloga, en el carácter colaborativo entre las obras y no tanto en un enfrentamiento, traición o repetición de un original.

Linda Hutcheon, especialista en la teoría de la adaptación cinematográfica, centra su análisis de esta cuestión en el contraste comparativo entre los procesos culturales o artísticos y los procesos naturales o biológicos. Ella y el biólogo Gary Bortolotti retoman el debate sobre la cuestión de la fidelidad y ofrecen una disertación amparada en las teorías de la evolución para establecer la relación entre una obra adaptada y la obra que se adapta. Esta proposición de un estudio científico más cercana a los principios de asimilación al ecosistema de los seres vivos para perpetuar su existencia es asimilada en el sistema filmico para explicar la proliferación de modelos que repiten estructuras o tramas preexistentes en el medio. Las consideraciones de los autores se centran primeramente en

2 A este respecto destacan las reflexiones de Mark Fisher (2016: 160) y su «realismo capitalista», cuyo modelo de definición de la sociedad se caracteriza por una realidad social capitalista de la que es imposible escapar; de Franco Berardi (2016) y su semiótica del capitalismo; de Antonio Negri (Hardt y Negri, 2004) desde la visión marxista del capitalismo y su concepto de *multitud*; o de Maurizio Lazzarato (2004) desde la noción de *capitalismo cognitivo*.

el uso del lenguaje por parte del discurso tradicional de defensa de la fidelidad en los procesos de traslación entre textos, cuyo uso de los conceptos «original» y «source» provoca lo que definen como «the denigration of adaptations». A la vez que, asumiendo que la originalidad es el modelo canónico para establecer «the (post-)Romantic (and capitalist) valuing of the originating creative artist-genius» (Hutcheon y Bortolotti, 2007: 445), el desprecio hacia todo aquello que se considere una copia aumentaría exponencialmente.

El hecho de que los procesos de adaptación literarios al texto cinematográfico siempre hayan sufrido una situación de infravaloración o, incluso, de menosprecio responde a lo que Robert Stam y Alexandra Raengo (2004) consideran el mito por anterioridad o por orden jerárquico respecto de una obra anterior, primaria y «original» que sirve como fuente o modelo para una reconstrucción narrativa derivada o posterior. Ambos especialistas norteamericanos en el campo de la adaptación ponen sobre la mesa los principales prejuicios a los que se enfrenta históricamente la disciplina en su guía sobre la adaptación cinematográfica. Concretamente, nombran en ella los siguientes (Stam y Raengo, 2004: 17-20):

1. Parasitismo. En un primer momento hablan de una situación de dependencia o de la idea de que el texto filmico siempre va a beber y a aprovecharse del texto fuente literario de forma parasitaria, obviando los procesos de creación y simplemente aprovechando una obra preexistente para dar forma al texto de destino. Esta fue una teoría muy extendida entre los creadores cinematográficos de vanguardia en las primeras décadas del siglo XX o incluso entre los cineastas de la *Nouvelle Vague* francesa, que defendían un cine puro caracterizado por un lenguaje propio y bien diferenciado del literario. Definido en el trato de la cámara como una herramienta central con la cual crear sus historias no dependientes del mundo literario.
2. Prejuicio de clase. Otro de los mitos que comentan Stam y Raengo es el de la jerarquía por orden social. Aquí exponen que la aprensión surge, sobre todo en los primeros años del cine como disciplina a finales del siglo XIX y comienzos del XX, de la consideración del medio cinematográfico como algo vulgar, derivado del latín *vulgus*. Aquello creado y dirigido a lo que se denomina el pueblo llano, una especie de «carnaval» para el divertimento de las clases populares.
3. Prejuicio de la simpleza. Un tercer convencionalismo sería el mito de lo fácil, o la pasividad del creador o creadora cinematográficos en tanto que se dedican únicamente a rodar tras la cámara lo que ocurre delante de ella. Esta idea se extendió sobre todo en los primeros años del origen del cine como medio, debido a la técnica filmica reducida a la grabación estática de la cámara a modo de registro documental.
4. Logofilia. El cuarto prejuicio evoca un problema más enraizado en las tradiciones religiosas judeocristianas. Aquí, Stam y Raengo argumentan que el amor por la palabra o, lo que viene a significar lo mismo, la fe en las sagradas escrituras determina una tradición cultural reacia a situar la imagen al mismo nivel discursivo. La palabra siempre ocuparía un lugar de privilegio sobre la imagen en la tradición occidental, ya que esta última se asocia a lo impuro y es considerada como una corruptora de las morales.

De regreso nuevamente a Hutcheon y Bortolotti, cabe una última reflexión acerca de su análisis bilógico-crítico. En lo relativo al trato de la cuestión de la fidelidad en la construcción del discurso identitario de la teoría de la adaptación, los autores defienden la idea de que el o la *adapter* es relegado/-a al papel de un/-a *journeyman* en la industria. Mientras que la obra resultante sería considerada

«the trash heap of the secondary and imitative» respondiendo a las evaluaciones resultantes de esas consideraciones. El error reside, según ellos, en los siguientes efectos de aplicar el *fidelity discourse*:

The results of this denigration can be seen in the defensive tone of **adaptation** criticism, but even more seriously, in its limitation to the close reading of specific **adaptations** [...] This is a critical practice that implicitly or explicitly gives cultural and aesthetic precedence to the «source». (2007: 445)

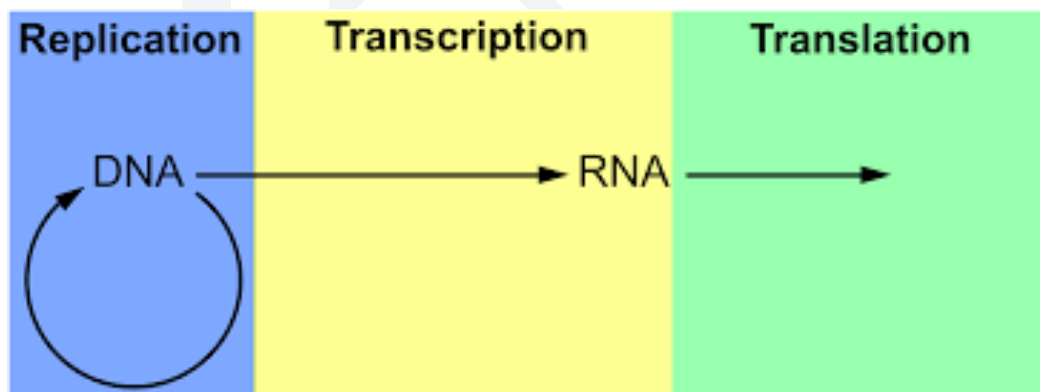


Figura 1. El Dogma Central de la genética según Francis Crick sobre el año 1965 (Thieffry y Sarkar, 1998)³.

La propuesta para remediar la cuestión de la sumisión de la teoría de la adaptación al efecto de minusvaloración del análisis comparativo original/copia es asimilar el proceso artístico al biológico. Este procedimiento permitiría al mismo tiempo otorgar un estatus científico definido al campo de estudio y demostrar que no existe ninguna jerarquía o autoridad de un texto o producto sobre el otro en los ejercicios de replicación narrativa. La tendencia impuesta pasaría entonces a significarse en una clara evolución del objeto adaptado al medio y que, de igual modo, permite y aporta una mayor diversidad al mismo. Esta iniciativa derivada de Hutcheon y Bortolotti consiste en una asimilación por parte de la adaptación cultural de las premisas que rigen la adaptación natural. Centrar el estudio en los procesos que llevan a la ampliación y al progreso de la producción, tanto en su proceso como en su resultado, y desplazar la tradición del enfrentamiento dicotómico y superfluo entre obras en el ejercicio comparatista deben ser las bases sobre las que se cimiente y fomente la adaptación filmica como disciplina.

El incesante aumento de nuevos medios, ya desde las coordenadas de los autores en la primera década de los años 2000 y el trinomio prensa, radio y televisión, hasta la actualidad con el papel fundamental del *streaming* en la difusión televisiva (plataformas como Netflix, Amazon Prime Video, Disney+, HBO Max, Apple TV, Hulu, Paramount+ o SkyShowtime) y la posición de privilegio de las redes sociales (Twitter, Instagram, TikTok) u otros medios en línea (Twitch, YouTube), ha desencadenado una vuelta a historias existentes que vuelven a ser contadas a través de nuevos lenguajes y

3 Francis Harry Compton Crick (1916-2004) fue un biólogo británico popularmente conocido por ser galardonado con el Premio Nobel de Medicina en el año 1962. Crick fue premiado junto a James Watson y Maurice Wilkins por el descubrimiento de la estructura del ADN.

medios. Esta necesidad responde a un incremento de la demanda por parte de la audiencia consumidora, a la cual ya no se le ofrecen ni pide nuevos relatos, sino que demanda lo que ya conoce o ha experimentado, pero con la garantía de vivirlo a través de una nueva expresión mediática evolucionada (al igual que el contenido). Así, a través de los conceptos acuñados por el divulgador científico Richard Dawkins en su obra clave *The Selfish Gene* (1976) de *replication, changing, mutation, propagating, transformation* y *random*, Hutcheon y Bortolotti concluyen en el acierto de entender las coordenadas de la adaptación cinematográfica a través de las evoluciones narrativas donde se replican contenidos, mutan los procesos, se propagan nuevas modalidades mediáticas, se transforman los paradigmas de difusión y el azar interviene en la selección cultural de lo que prevalece adaptado al nuevo sistema.

3. La emergencia transmedia a través del giro digital y performativo

También existen figuras autoriales que ya han explorado los procesos de creación amparados en la idea de la interacción entre los distintos actantes y medios concernidos en los procesos de producción, entre las cuales destacan: Peter Greenaway, Carlos Duarte de Sena Caires, Lance Weiler, Charlie Booker y David Slade, Janicza Bravo o las hermanas Kochavi. y sus proyectos de relato colaborativo, investigación experimental o adaptaciones inmersivas inter/multimedia.

Peter Greenaway y su proyecto interactivo *The Tulse Luper Suitcases* (2003-2005) ofrecen un abanico multimedia comprendido por:

- Cuatro films: *The Tulse Luper Suitcases, Part 1: The Moab Story* (2003); *The Tulse Luper Suitcases, Part 2: Vaux to the Sea* (2004); y *The Tulse Luper Suitcases, Part 3: From Sark to the Finish* (2004). Los tres fueron distribuidos en formato DVD en su concepción original para facilitar el modelo participativo con el material aportado. Y un cuarto: *A Life in Suitcases: The Tulse Luper Journey* (2005), a modo de recopilatorio.
- Una serie de televisión homónima distribuida en 16 episodios y también disponible en formato DVD.
- Dos libros: *Tulse Luper in Turin* (2004) y *Tulse Luper in Venice* (2004), en formato CD-ROM.
- Un videojuego: *The Tulse Luper Journey*, también en formato CD-ROM y disponible en la página web habilitada.

Argumentalmente, el proyecto describiría a modo de autobiografía ficcional la vida de Tulse Luper, descrito por Greenaway como un prisionero profesional, y significada en una suerte de historia personal del uranio. La trama se estructura alrededor de 92 maletas (siendo esta una alegoría al número atómico del uranio) pertenecientes a Luper y las cuales contienen objetos representativos del mundo físico.

La configuración a modo de orquestación coral e interactiva de Greenaway iba dirigida a que potenciales consumidoras/-es experimentasen una historia completa diversificada en diferentes relatos multimedia. De hecho, la obra también fue concebida para ser expuesta como una experiencia de exploración multimedia internacional entre los años 2007 y 2011, visitando diversos países entre los continentes americano y europeo. La búsqueda de la participación activa de la audiencia ya no solo consistía en la exploración y la interacción con los diferentes relatos cruzados, sino también en la creación de sus propios contenidos para luego compartirlos con el proyecto a través de las páginas webs u otros medios habilitados.

Carlos Duarte De Sena Caires también comparte la visión de un cine interactivo, ilustrado a través del proyecto de investigación experimental *Transparency*. Mediante su implantación intentaba transformar el papel de la audiencia en *interactor* participe en el proceso de creación de una narrativa de la interacción que definiese la historia adaptada (2007: 804). El autor parte de ejemplos previos en la historia del cine en los que la idea de la interacción filmica define una serie de características argumentales de estos filmes respecto a la producción cinematográfica generalizada, es lo que define como «interactive potential» (802). De hecho, la considerada *interactive filmic narrative* ya estaría presente de forma mucho más obvia y elaborada en varias producciones precedentes y servirían de modelos para el proyecto *Transparency*, (803).

Lance Weiler, sin embargo, va un paso por delante de la mera concepción de cine colaborativo. El cineasta estadounidense concibe el relato mediante la implicatura de una actuación conjunta de varios medios en participación simultánea, los cuales permiten articular la historia que se pretende narrar. Las ideas de Weiler sobre los nuevos modelos de creación participativa trasladarían a la figura del cineasta hacia una mera herramienta de coordinación, cuya función sería asegurarse que todas las entidades mediáticas que forman parte del procedimiento filmico se adecuen a un plan estratégico de unificación y coherencia general. Algunos de sus proyectos de relato colaborativo incluyen las adaptaciones inmersivas de las obras mundialmente conocidas *Sherlock Homes* y *Frankenstein*, donde combina el uso de diferentes medios digitales con, incluso, la inteligencia artificial.

Charlie Booker (guionista) y David Slade (director) llevan la idea de la interacción entre audiencia y figura creadora al mundo del *streaming* mediante la producción de *Black Mirror: Bander-snatch* (2018). La historia se erige a través de sus diferentes conclusiones y de las decisiones de la audiencia en un metaverso donde confluyen diferentes niveles de autoría selectiva. Vincenzo Susca y Jurgis Baltrušaitis destacan a este respecto el tema de la colaboración entre actantes, retomando la idea del espectador surgido como mediador directo en el desarrollo de las tramas y los argumentos. Es en este sentido que la relación de la llamada era de la postserialidad encuentra su nexo o, mejor dicho, su equivalencia en el mundo de la posliteratura, tanto a nivel de interacción y participación, como a nivel de medio técnico. Si se piensa en el primer nivel, resulta obvio al ver cómo un fenómeno como el de *Black Mirror* permite la interacción de la audiencia bajo divergencias previamente ideadas y guionizadas. Al nivel del medio, la evolución que se produce tanto en la literatura como en el de la televisión es el cambio en los medios técnicos de creación y difusión. Se está en el caso de la primera ante una clara evolución hacia lo tecnológico y las nuevas formas de comunicación e interacción digitales, mientras que en el caso de la televisión se trata también de un salto a la era del *streaming*, estrechamente ligado al mundo de las redes sociales y de los nuevos creadores de contenido.

Janicza Bravo y su filme *@zola* (2020), cuya trama es la adaptación al cine de la denominada tuitertura⁴ o ficción en la red social Twitter, presentan otro ejemplo de creación interactiva. El relato tuiterrario corre a cargo de la usuaria @_zolarmoon, conocido como #TheStory (Aziah King, 2015). La historia se centra en el viaje de Zola desde Detroit, donde trabaja como camarera, a Florida para bailar en clubes de alterne y hacer dinero fácil, engañada por Stefani (Jessica en el relato tuiterrario)

4 Concepto que se populariza con la publicación en el año 2009 de *Twitterature: The World's Greatest Books Retold Through Twitter*, libro escrito por Alexander Aciman y Emmet Rensin. Andrea Castro Martínez y Pablo Díaz Morilla publican en el año 2021 en la revista *Ocnos*, «Tuitertura: contar historias con los hilos y recursos de Twitter», donde disertan sobre el fenómeno.

e iniciando una espiral de violencia y prostitución. El proceso de traslación fílmico también comprende cierta intermediación textual, ya que la trama de la película toma como referencia tanto los hilos de Twitter como un artículo publicado en la revista americana *Rolling Stone* sobre la historia detrás del fenómeno viral, a cargo David Kushner⁵. Caso parecido es el de Manuel Bartual (1979), un diseñador gráfico valenciano que en el año 2017 se hace viral a causa de un hilo en Twitter en el que crea un relato de intriga titulado *Todo está bien*. La pregunta de si en un futuro no muy lejano esta historia de ficción creada por Bartual llegará a los cines o, como sería pertinente en la actualidad, a las plataformas de *streaming* en forma de producción fílmica, se hace obligada conocido el éxito del caso estadounidense. Un nombre que cabe mencionar a propósito de esta circunstancia es el del creador tuitero Adam Ellis, al que Bartual reconoce como inspiración para su relato *Todo está bien*. El estadounidense creó en el año 2017 un hilo en Twitter en el que relataba la historia del fantasma de un niño que lo acechaba y que se hizo viral rápidamente en la red bajo el título *Dear David*. Este ejemplo cobra relevancia al tratarse del con toda seguridad próximo texto tuitero que se convierta en filme tras el boom de *@zola*, pues está previsto que para finales del año 2023 se estrene en salas y, además, cuenta ya con reparto confirmado bajo la dirección de John McPhail. La cinta está producida por Lionsgate Films en colaboración con BuzzFeed Studios.

En este sentido, Marie-Laure Ryan es una de las autoras que defienden la conceptualización de lo que ella denomina *transmedia storytelling*, otorgando a la adaptación el hito de ser el *first step* de las *transmedia franchises* mediante la transformación de «*the original novel into films*» (2020: 20). De hecho, va un poco más allá de la simple consideración del relato transmedia como motor de las grandes franquicias y expone las que para ella configurarían las claves del éxito de una franquicia más allá de la estética *blockbuster*: «Hyperbolic praise» o el «elogio hiperbólico» ligado al fanatismo que acompaña a todas las franquicias, «Capitalist attitude» o la «actitud capitalista» en la expansión de la franquicia para reunir el mayor capital económico y simbólico posibles, «Emphasis on ‘giving the audience what they want’» o el «énfasis en ‘dar a la audiencia lo que quiere’» encomiando o más bien apelando al deseo de la audiencia por más historias e «Interactivity as a way to save old media» o «la interactividad como forma de salvar a los medios tradicionales» buscando la participación de la audiencia en la resolución de los misterios inseridos en las tramas, pero también fomentado esa investigación a través de las diferentes manifestaciones mediáticas para reconstruir el universo de la franquicia en su totalidad (23-24).

En una línea próxima a estas consideraciones, Ryan introduce su disertación acerca del relato transmedia y su funcionalidad respecto del campo de estudio actual de la adaptación. Esta inserida dentro del concepto global de medio y su bifuncionalidad en dos ámbitos de significado: el de difundir la información y también el de originarla. Para la autora lo transmedia se centra sobre todo en la creación de contenido en tanto que este se difumina o reparte entre diferentes fuentes mediáticas, es decir, aunque el relato comparte un mismo contexto o un mismo universo original, este se expande en cuanto a sus narrativas en sus diferentes manifestaciones mediáticas. En este sentido y como cada medio crea su propia historia aun compartiendo un marco general y ambiental, el fenómeno de lo transmedia se acercaría mucho más a la definición del medio como creador de contenido. Esta consideración se opondría a relacionar el relato transmedia con la definición del medio como puro

5 «Zola Tells All: The Real Story Behind the Greatest Stripper Saga Ever Tweeted» (2016), *Rolling Stone*.

transmisor de información, pues recrear el mismo contenido en diferentes medios no expandiría el universo ni equivaldría a una remediación del contenido especificado en la tecnicidad del soporte. Así pues, la autora propone el ejemplo de presentar un texto mediante su forma escrita o publicada físicamente, su forma digital o PDF o su forma oral en formato audiolibro. Con este ejemplo la autora pretende defender la idea de lo transmedia como generador de información frente a lo erróneo de una definición ligada a la simple difusión (17-18).

Sin embargo, autores como Néstor Canclini definen estos fenómenos mediante el concepto de hibridación, aunando los métodos de los cruces multimedia o multiculturales. Lo define de la siguiente manera: «procesos socioculturales en los que estructuras o prácticas discretas, que existían en forma separada, se combinan para generar nuevas estructuras, objetos y prácticas» (2003: 2). Por lo tanto, aplicando esta definición al caso de la adaptación de un relato tuitero al cine, por ejemplo, o directamente a una plataforma se podría considerar un proceso (sociocultural, puesto que atañe tanto a la sociedad que participa de la producción y del consumo de los productos como a la cultura que los alberga) mediante el cual la estructura concreta y minimizada en su impacto viral como es el relato construido a través de un hilo de Twitter, cuya realidad no guardaba relación alguna con la estructura cinematográfica, se combina con esta para generar un nuevo tipo de film. Como resultado de esta hibridación surge un nuevo objeto de estudio, al mismo tiempo que una nueva práctica o modalidad cinematográfica, consistente en la adaptación posliteraria de la tuitura. A partir de esta primera definición, el autor explica cómo surge, y posteriormente se aplica, el proceso de la hibridación en los siguientes términos: «a menudo la hibridación surge de la creatividad individual y colectiva [...] Se busca reconstruir un patrimonio ([...] un conjunto de saberes y técnicas) para reinsertarlo en nuevas condiciones de producción y mercado» (4). Si se hace una aplicación concreta al caso del filme *@zola* (Bravo, 2020), la asignación de roles quedaría de la siguiente manera: la creatividad individual correría tanto a cargo de la directora Janicza Bravo como de la autora Zola, que a su mismo tiempo vienen a significar el colectivo por una parte de la industria de la adaptación cinematográfica, y más simbólicamente el colectivo social de la comunidad negra, y por otra la comunidad tuitera, pero en consonancia también con el mismo colectivo simbólico; el patrimonio reconstruido es claramente la producción tuitera de esta autora concreta, mientras que el conjunto de saberes y técnicas, desprendidos estos del contenido mismo, se significan en la recursividad de la directora en los guiños al medio de origen mediante sonido e imagen; y finalmente todo ello reinsertado en ese mercado, el cinematográfico, que tiene obviamente sus condiciones propias de producción totalmente diferentes al contexto en el que la escritora creó su relato.

Las hermanas Adi y Maya Kochavi, como último ejemplo del giro digital y performativo, también proponen, paralelamente, una serie de filmes iniciada con los títulos *Eva.Stories* (2019) y *Equiano.Stories* (2022), hasta el momento los dos primeros trabajos de las hermanas dentro de una continuación total de diez producciones. La idea que pretenden poner en práctica es la de rescatar historias autobiográficas de figuras relevantes para la sociedad en el pasado, aunque de inmediata actualidad en el presente. Para ello, las directoras (estadounidense)israelíes adaptan textos pertenecientes a las figuras reales de siglos anteriores en *stories* de las redes sociales Instagram y/o TikTok, cuya reunificación final deriva en filmes de una extensión próxima a la hora de duración. Esto llevará de forma inevitable a la definición del nuevo género que las autoras han creado y que han determinado en llamar *stories autobiográficas*. Respondiendo en definitiva a la pertinencia y posibilidades futuras de esta nueva categoría filmica, intencionalmente dirigida a un nuevo tipo de audiencia que traen consigo una nueva forma de ver cine. En el caso de *Eva.Stories* adaptan la historia real de Éva Heyman, niña

húngara víctima del Holocausto judío durante el nazismo, y sus diarios, dando lugar posteriormente a un filme de casi una hora de duración. En *Equiano.Stories* adaptan la narrativa de esclavismo de Olaudah Equiano y su autobiografía.

La segunda acepción de cine vertical se debe a proyectos cinematográficos que buscan su difusión también en redes sociales como Instagram pero que se alejan del género específico inaugurado por las hermanas Kochavi, si bien mantienen el medio y formato originales. Un claro ejemplo es el del proyecto de cine Instagram realizado por Iñaki Velásquez en el año 2021 titulado *Frow*. Aquí se retrata el mundo de la moda y de las *influencers* a través del formato vertical y dando lugar a una serie digital dividida en diez episodios de entre 5 y 10 minutos de duración, reproducible a través de los perfiles de @eugenialemosok y @frow.la.serie. O, también, un proyecto menos exitoso que exploraba también las posibilidades del cine vertical a través de la plataforma de *streaming* Quibi, la cual aspiraba a convertirse en el Netflix de los teléfonos móviles. El contenido que se ofertaba consistía en pequeñas producciones de diez minutos consumibles únicamente mediante los *smartphones*.

Si se aplica el concepto anterior de hibridación propuesto por Canclini al caso de las adaptaciones de las hermanas Kochavi al cine de Instagram, se constatarían los siguientes resultados que confirman sus filmes como procesos socioculturales:

- Existe un sector de la sociedad al que se dirige claramente este tipo de productos, consistiendo en la población nativa digital y los *millennials*, es decir, desde los 14 a los 35 años de edad; con las consiguientes implicaturas implicatura de su contexto cultural concreto y su perspectiva histórica particular.
- La práctica discreta como era o es la creación literaria autobiográfica se combina ya no concretamente con el medio cinematográfico *per se*, sino con toda una estructura digital personificada en las redes sociales Instagram y TikTok para generar un nuevo objeto, en este caso una nueva forma de hacer cine.
- A partir de todo ello, surge otro modelo de adaptación de corte posliteraria sustentada en un proceso innovador de creación cinematográfica y significado en el género de las *stories* autobiográficas.

Siguiendo con la caracterización de Canclini, la creatividad individual aquí correría a cargo obviamente de la familia Kochavi, quienes, a través de la reconstrucción de ese patrimonio autobiográfico significado en dos grandes momentos de la humanidad como fueron el Holocausto judío o la época esclavista estadounidense, reinsertan los textos de Heyman y Equiano en las redes sociales a través de la técnica singular de las *stories*, las cuales en su conjunto más tarde configurarán el filme. Por lo tanto, estas nuevas condiciones de producción también responderán a un mercado muy concreto en el que la demanda del producto responde principalmente al modelo de la brevedad de la información y el impacto del contenido.

Conclusiones

La creciente relevancia de los nuevos medios y de las nuevas formas de producir y distribuir televisión (ya a día de hoy considerado *streaming*), que se señalaba en el primer apartado, es claramente expuesta por Ramon Lobato (2019) usando las coordenadas de los emporios mundiales. Sus consideraciones sobre el caso específico de la plataforma Netflix son extensibles a la realidad digital actual y acordes al mapa de la expansión digital de la televisión. Lobato expone clarificadoramente

la situación de los procedimientos mediáticos modernos, definiendo el fenómeno como un reparto innovador de la tecnología y, la cual, estaría impregnada por diversas implicaciones transnacionales y sociopolíticas. La infraestructura del *streaming* esconde tras su aparente conexión instantánea a la red un más complejo e intrincado sistema que permite experimentar el ecosistema digital como una simple actividad rutinaria y de ocio del día a día. Sin embargo, esta tendencia actual está regulada y regida por los intereses de los mercados globales, respondiendo así a un contenido cultural y una oferta de catálogos que emergen de las «international television flows» (135). Como el autor acertadamente señala, el *streaming* y la televisión en general, y el caso de Netflix en particular, han transformado el paradigma en una suerte de «the reality of digital [...] and] multiterritory television» (181).

La cuestión de la fidelidad y los procesos posliterarios, tratada en el segundo apartado, se resume en el pensamiento de Hutcheon (2006), quien, por su parte, incidirá más en la cuestión de la interactividad de los diferentes modos de relación de la persona consumidora con el producto. Según la autora, los procesos participativos y colaborativos adquieren una dimensión holística respecto de la categorización que propone a continuación. Si, como bien se implicaba anteriormente, se ofrece una visión de la división en tres tipos diferenciados de compromiso con las historias: el modelo narrativo que apela a la imaginación de quien lee, el modelo representativo que apela a la percepción de quien mira o el modelo participativo que apela directamente a la inmersión de quien juega; esto facilita la distinción entre tres tipos aislados de productos como son: la literatura, el cine y los videojuegos. La realidad de la producción tuitera (por tomar un ejemplo concreto) aúna imaginación, percepción e inmersión en su ejercicio creativo. La red social Twitter permite al mismo tiempo una tarea limitada de escritura y de lectura por parte de la persona usuaria y sus *followers*, a veces con estos roles intercambiados, lo que a su vez favorece la inmersión de las personas lectoras, convertidas en escritoras a través de los comentarios y, precisamente, interacciones con la historia. Pero, además, añadido a los modos narrativo y participativo, el modo representativo también interviene activamente, desde el momento en que el medio permite la interacción de persona usuaria y *followers* mediante la publicación de imágenes, pequeños vídeos o incluso clips musicales. Así pues, la categorización tripartita propuesta por Hutcheon al respecto de cómo *users* o *consumers* (o incluso ya pudiendo considerarse *prosumers*)⁶ se relacionan con los productos, encuentra en el ejemplo de la tuitera su realidad integral y unificadora en un solo medio digital. Sin embargo, respecto a las consideraciones entre texto original, fuente o de base y texto, Hutcheon insiste en utilizar las denominaciones texto previo o texto adaptado, en tanto que así se evita caer en los prejuicios antes enumerados respecto a las figuras autoriales de Stam y Raengo. Desde la jerarquía de textos o el prestigio por antigüedad hasta la logofilia, entre otros, los cuales tienden a elevar la figura de un texto original primario que es deformado en sus consecutivas réplicas y, consecuentemente, dan un papel central a la cuestión de la fidelidad, lastre histórico del campo de estudio de la teoría de la adaptación durante el siglo XX y aún presente en múltiples casos de estudio durante el siglo XXI.

Significativamente, y ya para dar cierre al presente artículo, la emergencia transmedia definida en el tercer apartado, responde a una suerte de *mediadaptación* (concepto de formulación propia,

6 Concepto ideado por Alvin Toffler en su libro *Future Shock* (1970) y también teorizado por Marshall McLuhan y Barrington Nevitt en *Take Today: The Executive as Dropout* (1972), pero que no sería acuñado por el propio Toffler hasta la aparición de *The Third Wave* (1980), secuela de la obra anterior donde teoriza sobre la era de la información y la estética del consumo.

aunando los términos *media* (o medios) y adaptación, en inglés *mediadaptation*), simbolizada, sobre todo, a través del ejemplo del filme *@zola* (Janicza Bravo, 2020, A24). En este tipo concreto de producciones se identificarían las siguientes características subsecuentes:

- La relevancia de la fuente o, en términos más acordes al planteamiento de Hutcheon, del texto previo posliterario. En el caso particular del filme de Bravo se adapta el texto tuitero *#TheStory* escrito por Aziah ‘Zola’ King en Twitter y, como tal, considerada una obra, a la vez autobiográfica y ficcional, de tuitatura.
- La centralidad de los fenómenos de interacción, creación y audiencia, relacionado entre sí por las coordenadas de participación y colaboración entre autoría y recepción. Ello se explica por la creciente importancia y presencia de las producciones cooperativas dentro de la estética *prosumer*.
- Por ende, la colaboración artística emerge como núcleo fundamental para esta nueva forma de crear y producir contenido audiovisual a todos los niveles, desde las redes sociales hasta el cine convencional. La autoría, en su concepción clásica o tradicional, ya no continúa siendo un trabajo individual centrado en una persona concreta.
- La replicación narrativa, a propósito de Dawkins y contrastada por Hutcheon y Bortolotti, deviene como polo de equilibrio entre los textos en la balanza de la adaptación, asimilada culturalmente a los procesos biológicos.
- El *storytelling* y el *storyworld*, entendidos a partir de la conceptualización de Ryan, son fundamentales para analizar y explicar los relatos surgidos desde textos previos, caracterizados por una estructura no narrativa en su concepción.
- La expansión transmedia, respondiendo directamente a la característica anterior, pero con el añadido de que el mercado global demanda historias aptas para su constante ampliación y difusión de narrativas divergentes, define la realidad de la una concepción capitalista del producto audiovisual.
- Las franquicias y la inmersión mediática provocan, de nuevo, que la construcción ficticia o digital de los *storyworlds* se convierta en un elemento obligatorio para conseguir cimentar la lealtad del fenómeno fan que se erige en torno al tipo de producciones expansivas.
- Los nuevos formatos de difusión, desde el *streaming* hasta las *stories* en redes sociales y pasando por el cine vertical, ponen de manifiesto la transcendencia del nicho digital en la actualidad de la Era Tecnológica.
- Obviamente, una característica fundamental que rige a los nuevos formatos es el de la efimeridad de la producción en redes. Las nuevas generaciones consumen contenido cuyos principios responden a las premisas de brevedad y volatilidad o fugacidad. El efecto viral o las creaciones sucintas y escuetas copan la producción digital.
- Por ello, la emergencia digital no es comprensible sin el reconocimiento del papel central de los *social media* en la, ya a menudo, denominada era digital, la cual exige también su rol activo y determinante en la cadena de producción.

En definitiva, el ya mencionado capitalismo de plataformas, a propósito de Srnicek, atraviesa todo el conglomerado audiovisual actual entendido como en el caso concreto de la *mediadaptación* y atendiendo a los requerimientos previamente expuestos en su categorización definitiva. Lo que acerca el final de este artículo a la cuestión de si la hibridación definida por Canclini o, incluso, el también

pertinente concepto de *posproducción*⁷, identifican a una sociedad posthumanista⁸ definida desde las coordenadas de su consumo cultural dentro de los giros digital, mediático y performativo.

Referencias bibliográficas

- ACIMAN, Alexander y RENSIN, Emmett (2009). *Twitterature: The World's Greatest Books Retold Through Twitter*. Nueva York: Penguin Publishing Group.
- BERARDI, Franco (2016). *Generación post-alfa: patologías e imaginarios en el semiocapitalismo*. [2009]. Buenos Aires: Tinta Limón.
- BOURRIAUD, Nicolas (2004). *Post producción. La cultura como escenario: modos en que el arte reprograma el mundo contemporáneo*. Buenos Aires: Adriana Hidalgo editora.
- BREA, José Luis (2007). *cultura_RAM: mutaciones de la cultura en la era de su distribución electrónica*. Barcelona: Gedisa.
- CANCLINI, Néstor García (2003). «Noticias recientes sobre la hibridación». *Trans. Revista transcultural de música*, 7.
- CASTRO MARTÍNEZ, Andrea y DÍAZ MORILLA, Pablo (2021). «Tuiteratura: contar historias con los hilos y recursos de Twitter». *Ocnos: Revista de estudios sobre lectura*, vol. 20, n.º 1, pp. 82-95.
- CRONIN, Bernadette, MAGSHAMHRÁIN, Rachel y PREUSCHOFF, Nikolai (eds.) (2020). *Adaptation Considered as a Collaborative Art. Process and Practice*. Londres: Palgrave Macmillan.
- DAWKINS, Richard (1976). *The Selfish Gene*. Londres: Oxford University Press.
- DE SENA CAIRES, Carlos Duarte (2007). «Towards the interactive filmic narrative - *Transparency*: An experimental approach». *Computers & Graphics*, 31, pp. 800-808.
- DRUCKER, Peter (1993). *Post-Capitalist Society*. Nueva York: Harper Collins.
- FISHER, Mark (2009). *Realismo capitalista ¿No hay alternativa?*. Buenos Aires: Caja Negra.
- HARDT, Michael y NEGRI, Antonio (2004). *Multitude: War and Democracy in the Age of Empire*. Nueva York: Penguin Press.
- HUTCHEON, Linda (2006). *A Theory of Adaptation*. Londres: Routledge.
- HUTCHEON, Linda y BORTOLOTTI, Gary (2007). «On the Origin of Adaptations: Rethinking Fidelity Discourse and “Success” – Biologically». *New Literary History*, 38, pp. 443-458.
- KUSHNER, David (2015). «Zola Tells All: The Real Story Behind the Greatest Stripper Saga Ever Tweeted». *Rolling Stone* [publicado el 17/11/2015].
- LAZZARATO, Maurizio (2004). *Les Révolutions du capitalisme*. París: La Découverte.
- LEITCH, Thomas (2004). «Post-literary Adaptation». *PostScript-Essays in Film and the Humanities*, vol. 23, n.º 3, pp. 99-117.

7 El teórico que mejor define este concepto es Nicolas Bourriaud, focalizando los procesos de la discusión en los métodos de producción artística digital cada vez más recurrentes.

8 Referenciando los postulados del fin del humanismo debido al avènement tecnológico, planteados por el filósofo alemán Peter Sloterdijk (1999).

- LEITCH, Thomas (2007). *Film Adaptation & Its Discontents: From Gone with the Wind to The Passion of the Christ*. Baltimore: Johns Hopkins University Press.
- LOBATO, Ramon (2019). *Netflix Nations: The Geography of Digital Distribution*. Nueva York: NYU Press.
- MASON, Paul (2015). *PostCapitalism: A Guide to our Future*. Londres: Allen Lane.
- MCLUHAN, Marshall y NEVITT, Barrington (1972). *Take Today: The Executive as Dropout*. Nueva York: Harcourt Brace Jovanovich.
- RYAN, Marie-Laure (2020). «Transmedia Storytelling and Its Discourses». En SALMOSE, Niklas y ELLESTRÖM, Lars (eds.). *Transmediations. Communication Across Media Borders*. Londres: Routledge, pp. 17-30.
- SLOTERDIJK, Peter (1999). *Regeln für den Menschenpark. Ein Antwortschreiben zu Heideggers Brief über den Humanismus*. Frankfurt: Suhrkamp.
- SRNICEK, Nick (2018). *Capitalismo de plataformas*. Buenos Aires: Caja Negra Editora.
- STAM, Robert y RAENGO, Alexandra (2004). *Literature and Film: A Guide to the Theory and Practice of Film Adaptation*. Nueva Jersey: Blackwell Publishing.
- SUSCA, Vincenzo y BALTRUŠAITIS, Jurgis (2019). «Le game s'est fait vie. Sociologie de Black Mirror et post-sérialité télévisuelle». *Funes. Journal of Narratives and Social Sciences*, vol. 3, pp. 26-38.
- THIEFFRY, Denis y SAHOTRA, Sarkar (1998). «Forty Years Under the Central Dogma». *Trends in Biochemical Sciences*, vol. 3, n.º 8, pp. 312–316, doi:10.1016/S0968-0004(98)01244-4.
- TOFFLER, Alvin (1970). *Future Shock*. Nueva York: Bantam Books.
- (1980). *The Third Wave*. Nueva York: Bantam Books.