

SINERGIAS LABORALES ENTRE LA INDUSTRIA EDITORIAL Y LAS INDUSTRIAS DEL AUDIOVISUAL. ADAPTACIONES LITERARIAS EN PRODUCCIONES AUDIOVISUALES

LABOR SYNERGIES BETWEEN THE PUBLISHING INDUSTRY AND THE AUDIOVISUAL INDUSTRIES. LITERARY ADAPTATIONS IN AUDIOVISUAL PRODUCTIONS

SINERGIAS LABORAIS ENTRE A INDÚSTRIA EDITORIAL E AS INDÚSTRIAS AUDIOVISUAIS. ADAPTAÇÕES LITERÁRIAS EM PRODUÇÕES AUDIOVISUAIS

Fernando Cruz Quintana

■ Pesquisador do México, vinculado ao Conselho Nacional de Humanidades, Ciências e Tecnologias. Professor da Faculdade de Ciências Políticas e Sociais da UNAM.

■ *Investigador por México, adscrito al Consejo Nacional de Humanidades, Ciencias y Tecnologías. Profesor de asignatura en Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, UNAM.*

■ E-mail: fernandocruzquintana@gmail.com

79



RESUMEN

El presente artículo analiza las adaptaciones de obras literarias hechas en el Cine, la Televisión y las plataformas de video bajo demanda (VBD) en *streaming*. El enfoque no plantea un análisis formal de los productos audiovisuales, sino uno histórico y contextual que indaga en las estructuras sociales y económicas sobre las que se erigen las industrias del audiovisual y la industria editorial. El texto también emplea el concepto de *concentración* para hacer una lectura de cómo, en épocas recientes, existe una pretensión por conformar grandes grupos mediáticos con intereses en distintos ámbitos de la cultura.

PALABRAS CLAVE: INDUSTRIA EDITORIAL, INDUSTRIAS AUDIOVISUALES, ADAPTACIONES LITERARIAS, VIDEO BAJO DEMANDA, *STREAMING*.

ABSTRACT

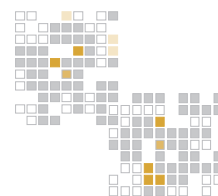
This article analyzes the issue of literary adaptations made in Cinema, Television and, above all, streaming Video on Demand (VOD) platforms. This approach does not propose a formal analysis of audiovisual products, but rather an historical and contextual one that investigates the social and economic structures on which the audiovisual industries and the publishing industry are built. The text also uses the concept of *concentration* to make a reading of how, in recent times, there is an attempt to form large media groups with interests in different areas of culture.

KEY WORDS: PUBLISHING INDUSTRY, AUDIOVISUAL INDUSTRIES, LITERARY ADAPTATIONS, VIDEO ON DEMAND, *STREAMING*.

RESUMO

Este artigo analisa a questão das adaptações de obras literárias realizadas em plataformas de Cinema, Televisão e, sobretudo, de *streaming* de vídeo sob demanda. A abordagem não propõe uma análise formal dos produtos audiovisuais, mas sim uma análise histórica e contextual que investiga as estruturas sociais e económicas sobre as quais as indústrias audiovisuais e a indústria editorial são construídas. O texto também utiliza o conceito de *concentração* para fazer uma leitura de como, nos últimos tempos, há uma tentativa de formação de grandes grupos midiáticos com interesses em diferentes áreas da cultura.

PALAVRAS-CHAVE: INDÚSTRIA EDITORIAL, INDÚSTRIA AUDIOVISUAL, ADAPTAÇÕES LITERÁRIAS, VÍDEO SOB DEMANDA, *STREAMING*.



1. Introducción

Dos son las instancias protagonistas de este trabajo de investigación: 1) la industria editorial y 2) las industrias del audiovisual (hablaré en adelante de *industrias del audiovisual* en plural, considerando que bajo este concepto se incluyen diferentes industrias culturales: la Televisión, la Cinematografía y también las plataformas de suscripción a VBD en *streaming*). El objetivo de este texto es mostrar y analizar la relación de trabajo que ha existido y existe entre estas dos industrias de la cultura. Si bien este vínculo no es de reciente creación, puesto que los libros y la literatura siempre han sido una fuente inspiracional para la creación o adaptación de producciones audiovisuales, sí ha tenido un notable incremento en años recientes, incluso desde antes de la pandemia por Covid-19. Uno de los índices de esta vinculación estrecha se aprecia al considerar cuántos de los productos estelares de las plataformas de suscripción de video bajo demanda (VBD) en *streaming* provienen de un trabajo de adaptación literaria o de una novela gráfica. Pero no sólo eso, ahora también podemos ver ejemplos de obras que, desde un inicio, son pensadas para existir primero como una publicación impresa o digital y que después se convertirán en una obra audiovisual. Menos frecuente que esto, aunque también característico del fenómeno analizado aquí, son los trabajos de películas o series que después existen en versiones de libro.

Si bien este trabajo no tiene un objetivo estadístico, una aproximación al fenómeno de estudio con esa mirada, numérica, brinda elementos para comprender el interés que tienen las industrias del audiovisual por las adaptaciones. Algunos datos de este tipo son los publicados por el Observatorio Europeo del Audiovisual en el estudio *Adaptaciones en la producción de ficción audiovisual en Europa* (2024). Retomo sólo dos de los hallazgos de este estudio: 1) las adaptaciones

de libros a productos audiovisuales, aumentaron un 27% entre 2015 y 2022, y 2) la mayoría de las adaptaciones de ficción audiovisual son series con 13 capítulos o menos por temporada (58%) o películas y colecciones de televisión (36%).

Al estudiar estas sinergias laborales entre la industria editorial y las industrias del audiovisual no se trata sólo de documentar por escrito el aumento de trabajos de adaptación de un medio a otro, algo que es muy notorio para los consumidores de películas y series en plataformas de VBD en *streaming*. La pretensión es más bien comprender por qué es que ocurre este incremento y qué consecuencias, en materia mercantil y de consumo cultural, puede traer consigo.

Antes del ejercicio analítico concreto que se muestra hacia el final, este artículo ofrece tres apartados de corte histórico y económico para entender el objeto central de estudio: el primero muestra una revisión de algunos modelos económicos de la Televisión, el segundo aborda la aparición de las plataformas de VBD en *streaming* y en el tercero se repasan ejemplos de adaptaciones literarias y de historietas hacia el Cine y la Televisión. Con estos apartados, se entenderán de mejor manera, las estrategias comerciales que operan actualmente en la adaptación y producción de obras audiovisuales que originalmente surgieron en la industria editorial.

En la parte final, este trabajo muestra un análisis de casos concretos en los que se puede apreciar el vínculo directo entre la industria editorial y las industrias del audiovisual. Se resalta, el concepto de *concentración empresarial* para entender por qué algunas empresas editoriales han sido absorbidas por sellos más grandes, que a su vez dependen de emporios mediáticos transnacionales. La metodología que se siguió para este propósito fue la de rastrear vínculos comerciales o laborales establecidos entre empresas audiovisuales y editoriales, y que se expresan ya sea en medios de comunicación, o como comunicados de las



propias organizaciones que celebran convenios de trabajo. Después de eso, se realiza un balance de cuáles fueron los frutos que ha dejado esta alianza comercial y se añaden los relatos de los propios actores comerciales que sustentan el gran interés para realizar ejercicios de adaptación. Estoy convencido de que, al documentar estos escenarios actuales de comunicación, estamos en posición de legar al futuro el conocimiento de fenómenos desde el momento mismo en que surgen.

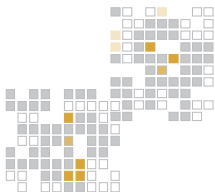
2. Las industrias del audiovisual

Como se señaló en la introducción de este trabajo, se ha preferido el empleo de *industrias del audiovisual*, en plural, para agrupar bajo un solo término la vasta y compleja diversidad que existe actualmente en el entorno mediático audiovisual. No se trata de simplificar un fenómeno al grado de olvidar sus características distintivas: aunque el Cine y la Televisión comparten la particularidad de trabajar con audio e imágenes, distan mucho en sus géneros, esquemas de producción, distribución de productos, comercialización, modelos de negocio y públicos, por mencionar los aspectos más notorios. Además, de estos dos medios de comunicación masiva que cuentan con una industria (cultural) que los sustenta, un tercer caso —quizá el más importante para efectos del análisis de este artículo— podría considerarse bajo este concepto: las plataformas de VBD en *streaming*. Su inclusión bajo la misma categoría es sin duda debatible y tiene que ver con el hecho de que, si bien pueden ser aliadas estratégicas del Cine y la Televisión (pues les brindan múltiples canales de distribución), también pueden funcionar como competencia directa de ellos al ser ahora grandes productoras de contenidos audiovisuales.

Cada cierto tiempo la realidad social parece echarnos en cara aquella añeja voz que pregona que la historia no es lineal sino cíclica. Parecemos destinados a cometer los mismos errores todo

el tiempo y así como en su momento se pensó que la llegada de la Televisión anunciaba la defunción del cine, ahora con el consumo de videos en plataformas de *streaming* se vaticinan también los últimos días de la cinematografía y el consumo televisivo. ¿Realmente hay indicios de tal cosa? En una primera y somera lectura quizá sí se los encuentre: por ejemplo, en México es notorio el descenso en la asistencia a las salas de cine en los últimos cuatro años (Imcine, 2024, pp. 179-184), pero ello se explica por muchos factores que van desde la pandemia por Covid-19, el costo de las entradas de cine y, sí, también por la época dorada que vive el consumo en línea de materiales audiovisuales. Claro que las prácticas de consumo están cambiando, pero no necesariamente al grado de desplazar a los medios de comunicación tradicionales; quizá una lectura más moderada —como la que trataré de expresar a lo largo de este artículo— sugiere que lo que se está afianzando son diferentes finalidades y contenidos para cada una de estas opciones audiovisuales.

En los esquemas de financiamiento que encontramos en el Cine, la Televisión y las plataformas de VBD en *streaming* es en donde radica una de sus más grandes y contrastantes diferencias. En *La televisión económica* (1999), uno de los libros clásicos de la comunicación sobre los estudios mediáticos en español, Enrique Bustamante disecciona los diferentes modelos a través de los cuales se financia el medio de comunicación televisivo en Europa (aunque su análisis es igual de válido para el caso de América Latina) (pp.57-80). A partir de la opción binaria de capital público y privado, el autor español detalla en más categorías. En el caso de la vía privada reconoce a los métodos de financiamiento publicitario y de televisión pagada (por el usuario) (pp.109-27 y 153- 166) como las opciones por excelencia que permiten costear las grandes sumas de dinero que implica



una producción para este medio.

¿Pero, por qué se vuelve relevante estudiar estos esquemas nuevamente? Al ser una actividad que involucra una gran cantidad de actividades humanas —técnicas y creativas—, la producción audiovisual, o en este caso la producción televisiva, necesita de una importante suma de capital económico para poder llevarse a cabo y los modelos económicos de las plataformas de VBD en *streaming* parecen haber imitado, a su modo y con muchas salvedades, lo que antes hizo la Televisión. Una de las maneras en como este medio de comunicación se financió desde sus orígenes (y hasta la fecha) fue a través de la publicidad. En esta vía, la producción televisiva se organiza a través de una barra programática que se estructura a lo largo del día y atiende, más o menos, a los intereses de diferentes grupos poblacionales. Los contenidos se “regalan” a cambio de la atención de la audiencia y cada cierto tiempo, o directamente en medio de sus programas favoritos, un comercial pagado por una empresa que desea anunciarse aparece entre los espacios de programación (Buonanno, 2008).

El modelo de financiamiento publicitario no sólo dotó de los ingresos necesarios para erigir una verdadera industria alrededor de la Televisión, sino que también condicionó su forma, siempre supeditada a crear públicos segmentados, que son la verdadera moneda de cambio para que una empresa decida invertir en los espacios al aire. Este esquema es posible porque la manera en que se distribuyen los programas televisivos es a través de lo que Ramón Zallo (1988, pp. 63-69) denomina como “difusión continua”: con este modelo, un usuario no va y adquiere un producto dentro de una amplia gama de posibilidades (como lo haría al asistir a una librería), sino que lo elige dentro de una opción limitada y lo hace a través de un aparato receptor que es apto para decodificar una señal electromagnética abierta.

Otro modelo de financiamiento privado es

el de la televisión de paga. En esta opción, es directamente la audiencia quien financia las producciones audiovisuales y puede existir en diferentes modalidades: como televisión por cable, vía satélite y ahora también en plataformas de VBD en *streaming*. En cada uno de estos tres últimos casos existen diferentes modelos de exclusividad: se tienen los paquetes básicos a los que se accede por una renta (que puede ser mensual o anual), pero hay otros contenidos que son aún más exclusivos y exigen una cuota adicional. Este es el esquema que desde sus inicios ha utilizado la compañía HBO, cuando fue pionera en los modelos de televisión de paga, y que ahora ha trasladado a su plataforma de VBD en *streaming* llamada MAX.

Si bien la televisión de paga ofrece muchos beneficios técnicos y de contenido, como la posibilidad de estar presente en zonas remotas (ya que la señal se transmite desde satélites en órbita o a través de internet), es a final de cuentas una opción para ciertas clases económicamente privilegiadas que pueden costearla. Para efecto de los propósitos de esta investigación quiero llamar la atención a que, aunque significa una variante con contenidos distintos a los de la televisión abierta, en su gran mayoría opera también con una estructura programática.¹ En las plataformas de VBD en *streaming*, en cambio, no existe una programación sino una biblioteca de contenidos a los que se puede acceder a voluntad de los usuarios: dónde, cuándo y cómo visualizarlas.

3. La llegada del Video Bajo Demanda (VBD) en *streaming*

Las plataformas de VBD en *streaming* han revolucionado la forma en que consumimos

¹ Digo “en su gran mayoría” porque también la televisión por cable o vía satélite brinda la opción de adquirir algunos contenidos para, después de una transacción económica, verlos fuera de los horarios programados y a voluntad de los suscriptores.



contenido audiovisual. Cuando la televisión opera bajo el esquema de difusión de una barra programática supeditada a canales y horarios específicos, servicios como los que ofrecen Netflix, Amazon Prime Video y Disney+ y el resto de las plataformas de VBD en *streaming* permiten a los usuarios acceder a una vasta biblioteca de películas, series y documentales a través de una conexión a Internet y una cuota económica (Mulla, 2022). La principal ventaja de esta opción de consumo audiovisual es la flexibilidad que ofrece, ya que los usuarios pueden elegir el contenido que quieren ver y en el tiempo que mejor les acomode. Esta modalidad ha ganado muchos adeptos en la sociedad de la era de la información, especialmente entre las generaciones más jóvenes, cuyo mundo de vida no puede entenderse sin estar conectados en línea y además valoran la conveniencia y la personalización.

Si bien la práctica de consumo de VBD en *streaming* es en muchos sentidos novedosa (y quizá lo es más para quienes estudiamos fenómenos de comunicación desde hace mucho tiempo), tiene ya más de una década de ser una realidad si tomamos la fecha de 2007 como punto de partida. En aquel año, Netflix inició su modelo de negocio de renta de producciones audiovisuales en *streaming*. Desde entonces hasta la fecha, este modelo de consumo ha crecido enormemente.

La industria del streaming en video se ha establecido como una fuerza económica colosal, valorada actualmente en la asombrosa cifra de 544 mil millones de dólares. Esta cifra es más que un simple testimonio del éxito actual de la industria: es un vistazo a un futuro en rápida expansión. Las proyecciones indican que para 2030, se espera que la industria se dispare hasta una cantidad impresionante de 1,902 mil millones de dólares. (Durrani, junio de 2024)²

Aunque en el imaginario de mucha gente Netflix es una empresa asociada exclusivamente con el video en *streaming*, su historia data de 1997 cuando Reed Hastings y Marc Rudolph fundaron la empresa para ofrecer el servicio de renta de películas en DVD³ (Neira, 2020, p. 35). Como muchas corporaciones de la década de 1990, Netflix supo aprovechar el nacimiento de nuevos modelos de negocios en línea y compitió con empresas de alquiler en video y DVD, y las operadoras de cable y de servicios de televisión satelital, (Carrillo Bernal, 2019, p.36). Lo que hacía en ese entonces era rentar películas y enviarlas por mensajería hasta el hogar de sus clientes, cosa que en su momento sí fue novedoso. En aras de los propósitos de este trabajo, el punto que deseo resaltar es que esta empresa, Netflix, no producía contenidos y sólo los rentaba: primero a los dueños de los derechos (a quienes pagaba por el permiso de explotación) y luego a los suscriptores (a quienes cobraba por el servicio de renta). Esto era así incluso en los inicios de su modalidad de VBD en *streaming*.

En este punto quisiera distinguir entre dos categorías sobre el modo que las plataformas de VBD en *streaming* ofrecen contenidos a su base de suscriptores: “[...] [1)] contenido producido en contextos locales que las plataformas adquieren para su distribución, y [2)] contenido que las plataformas producen en contextos locales y luego distribuyen de manera internacional.” (Pettersen, 2023, p.259)⁴ Es importante el énfasis

economic force, currently valued at an astounding \$544 billion. This figure is more than just a testament to the industry’s current success—it’s a glimpse into a rapidly expanding future. Projections indicate that by 2030, the industry is expected to skyrocket to an impressive \$1,902 billion.” La traducción y la eliminación de las negritas son mías.

3 El DVD fue creado en 1995 y por esta razón constituía uno de los formatos de avanzada en 1997, cuando se creó Netflix.era en aquel entonces uno de los formatos de avanzado

4 “[...] content produced in local contexts that (S)VoD platforms acquire for distribution, and content that (S)VoD platforms commission for production in local contexts and then distribute internationally.” La traducción y los corchetes son míos.

2 “The video streaming industry has established itself as a colossal



que hace Pettersen respecto de los contextos locales puesto que, en efecto, las producciones de las empresas de VBD, casi todas extranjeras —dicho desde México, que es donde escribo este artículo—, a veces se encargan y realizan fuera de los países donde tienen su razón social y son distribuidas a través de la plataforma al resto del mundo. Esto es clave para uno de los puntos a los que llegaré más adelante al hablar de las adaptaciones audiovisuales que se hacen a productos de la industria editorial.

Mucho se ha escrito sobre las particularidades del consumo de VDB en *streaming* (Marín Pérez, 2021; Arditi, 2021; Jenner, 2018) pero quiero subrayar algunas de sus características a riesgo de ser redundante o de hablar de un fenómeno cotidiano y conocido en demasía. La primera de ellas es que los usuarios, al pagar, obtienen control total de qué ven, cuándo y cómo lo hacen.⁵ Esto hace que cada vez más tengan un perfil muy individualizado que los hace ser más selectivos a la hora de elegir sus consumos. Lo anterior es válido no sólo para la selección que hacen respecto de producciones audiovisuales sino también de la música (Nguyen, Dejean y Moreau, 2014), contenido de redes sociales y literatura (si es que están suscritos a algún servicio de *streaming* de productos editoriales como libros digitales o audiolibros). Además, cuando se junta este poder de decisión con el historial de uso de una plataforma ligada a un perfil de usuario, se dota a las empresas de grandes indicadores respecto de qué, cuándo y cómo ocurren nuestros consumos. Si la información de todos estos consumos culturales pudiera estar agrupada bajo una base de datos de una sola empresa —como en efecto ocurre en muchos casos de concentración—, se le dotaría a ésta de una enorme capacidad para

tomar decisiones respecto de qué, cuándo y cómo ofrecérselo.

Quizá uno de los impedimentos principales — que no el único— que ha hecho que el consumo de audiovisuales por *streaming* no desplace a la Televisión al grado de hacerla desaparecer, es el costo que tienen estas plataformas. Desde este punto, es más bien la televisión de paga — por cable o vía satélite— la que ve amenazada sus intereses. La televisión abierta, si bien ha resentido también la migración de las audiencias hacia las plataformas de VBD en *streaming*, mantiene algunos contenidos que difícilmente podrían ser sustituidos por estas últimas: producciones en vivo, noticieros, espectáculos y los deportes, aunque estos últimos cada vez más están migrando a plataformas de VBD en *streaming*, como ocurre con la transmisión de la Champions League del fútbol profesional (transmitida a través de MAX de la empresa HBO), o los canales de ESPN (pertenecientes a consorcio de Disney y que se incluyen en la plataforma Disney+).

Precisamente en el último ejemplo que acabo de mencionar existe una de las coordenadas clave que quiero señalar en este trabajo: el de la concentración de las empresas. En la medida en que existen grandes consorcios que tienen intereses en diferentes industrias de la cultura, se pueden aprovechar sinergias que les sirven para generar trabajos transmedia⁶ (Lea, 2023), o simplemente para facilitar una ampliación de los derechos de explotación, que se ceden por un trabajo original (como un libro), pero que pueden ampliarse a otras salidas (como trabajos audiovisuales, musicales, de videojuegos, etc.).

Como he señalado, en el apartado final de este trabajo exploraré la relación que, en este contexto de época dorada del *streaming* y de concentración

⁵ El asunto puede ser aún más personalizado, aunque no todavía en el ámbito audiovisual y sí en el editorial, pues en algunas plataformas como Wattpad incluso se puede pagar para que alguien escriba obras que un usuario desearía leer.

⁶ Contenidos que se cuentan o entregan en diferentes medios o plataformas, pero que mantienen una unidad que los hermana o relaciona de algún modo.



de empresas que agrupan intereses de distintos ámbitos culturales, ha tenido la industria editorial con las industrias del audiovisual. Antes de ello, una reflexión respecto de las adaptaciones que, desde los orígenes de la cinematografía —hasta la fecha— se han hecho desde la literatura hacia un producto audiovisual.

4. La literatura fuente de inspiración para medios audiovisuales

Tan pronto la historia decantó la función social del cine como un medio sobre todo de entretenimiento, a finales del siglo XIX los primeros cineastas comenzaron a desarrollar poco a poco un lenguaje particular para contar historias mediante secuencias de imágenes (el sonido llegaría muchos años más tarde). Desde esos años iniciales de la cinematografía se hicieron adaptaciones que provenían de otros medios, como relatos orales, teatrales y literarios. Por ejemplo, para su Kinetoscopio, Thomas Alva Edison filmó conocidos actos de vodevil que se recreaban en su estudio Black Maria (Grainge, Jankovich y Monteith, 2007, pp. 3-20). En México, el estudioso de cine Emilio García Riera relata que, en octubre de 1899, Salvador Toscano realizó una “vista”⁷ que era una versión de *Don Juan Tenorio*, la célebre pieza española de José Zorrilla (1998, p. 26). Estos son sólo dos casos de muchos más que pueden contarse en centenares. Buchanan (2012) y Geraghty (2008); y García Riera (1998), Lincoln Strange (2022) y Casillas Ledesma (1997) ofrecen listas y explicaciones contextuales de esta etapa del cine en los Estados Unidos y en México, respectivamente.

Más que enlistar películas que cumplen con este requisito de provenir de un trabajo adaptado, mi interés es mostrar cómo, al ser el cine una

extraordinaria herramienta para contar historias, muchos creadores de finales del siglo XIX e inicios del siglo XX aprovecharon las bondades narrativas del cinematógrafo para recrear en él relatos que ya existían en otros formatos y que ya tenían aprobación entre el público lector. En esos años inaugurales del cine no existía la noción de protección de derechos de autor que se tiene actualmente y por ello era tan sencillo encontrar este tipo de ejemplos de adaptación. Sin embargo, como señala Berruero García, aquellos vacíos legales ya no existen y ahora las obras se elaboran en un contexto en el que la noción de propiedad intelectual ha cambiado:

Es fundamental subrayar que en la época contemporánea las obras artísticas o literarias (tuteladas por el derecho de autor) tienen como principal espacio de explotación a los medios de comunicación [y a las plataformas de streaming], y el caso del cine es un ejemplo privilegiado de mi afirmación pues en el área de la cinematografía generalmente es un texto literario el que da sustento a la obra filmica, ya que la mayoría de las películas se basan en una historia que se escribe ex profeso para ser narrada en el celuloide, o las películas se realizan mediante adaptaciones de novelas, cuentos u obras dramáticas. En este último caso estamos en presencia de dos textos literarios que protege el derecho de autor, es decir la historia original (obra primigenia) que será adaptada como guión cinematográfico surgiendo una obra derivada. (2009: 113)⁸

Una vez que el sonido se incorporó como parte de la cinta de cine hacia la década de 1920, las adaptaciones literarias comenzaron a ganar una nueva dimensión. Con la posibilidad de incorporar diálogos fieles provenientes de

7 “Vista” era el nombre con el que se conocía a las primeras películas de la historia. Este nombre es una traducción literal de “vues” como se les conoció en Francia, donde se inventó el cinematógrafo.

8 Los corchetes son míos.



textos escritos (ya no como un intertítulo textual sino puesta en voz de los actores y actrices de la época), la adaptación de historias permitió una mayor fidelidad a las obras literarias. En México, por ejemplo, la primera cinta sonora, *Santa* (Dir. Antonio Moreno, 1932), constituye precisamente un caso de una historia adaptada desde la literatura: la novela homónima de Federico Gamboa, publicada en 1903. Apenas 29 años separan a esta adaptación cinematográfica de la que fue una de las novelas mexicanas más populares de la primera mitad del siglo XX.

En los Estados Unidos quizá un gran ejemplo del interés por las adaptaciones en la época sonora sea *Gone with the Wind* (Dir. Victor Fleming, 1939), basada en la novela homónima de Margaret Mitchell, publicada en 1936. Al poco tiempo de su publicación, el libro se convirtió en uno de los más vendidos de la época y a la autora le fue entregado el Premio Pulitzer de ficción en 1937. Por su parte, aunque la película sufrió retrasos en su producción, una vez que se estrenó tuvo un gran éxito en el mundo de la crítica, la Academia de cine (al ganar 8 de 13 premios Oscar para los que fue nominada) y el público espectador. Esta cinta es probablemente uno de los primeros grandes ejemplos para estudiar lo que constituye en una super producción adaptada en el cine hollywoodense, de la etapa sonora de la cinematografía.

En estos dos casos se puede entrever la conveniencia, sobre todo para la industria cinematográfica, de trabajar a partir de obras previamente probadas en el gusto lector. Quiero subrayar el “sobre todo” porque la industria editorial también puede tener un beneficio de este intercambio: el estreno de una película adaptada de una obra literaria es la mayor parte de las veces un aliciente para el consumo de libros. Tan solo basta ver las portadas de novelas clásicas que hacen alusión o replican el poster de la película, como ocurrió con alguna reimpresión de *El señor*

de los añillos de J.R. R. Tolkien, editada en español por Minotauro. Esto que tuvo lugar desde los inicios de la etapa sonora del cine respecto de las adaptaciones nunca se detuvo en el mundo y continuó afianzándose no sólo en el cine sino también en otra industria cultural como lo es la Televisión, aunque en menor medida.

Si analizamos el formato antiguo de las ficciones televisivas, o más específicamente el formato nacional de la telenovela mexicana, podemos inferir que es más complicado realizar una adaptación literaria que en el caso del Cine. Al tener una estructura mucho más amplia y cuadrada —pues la duración completa de todos los capítulos de una telenovela o incluso de una serie supera con creces las dos horas promedio de las películas y además supedita sus arcos dramáticos a que empaten con los tiempos publicitarios— es más complicado hacer adaptaciones desde la literatura. Sin embargo existen ejemplos, y hablo sobre todo de las producciones mexicanas, en los que en la televisión se han adaptado ficciones literarias.

Provenientes de la historieta mexicana, se han adaptado como telenovela más de 20 ficciones de Yolanda Vargas Dulché;⁹ *Rubí* (en tres versiones distintas de 1968, 2004 y 2020) y *El pecado de Oyuki* (1988) son acaso dos de sus más conocidas. Al provenir de un formato con imágenes, podría pensarse que el recurso visual sería más fácilmente adaptable a la televisión, pues podrían tomarse los cuadros con imágenes como *storyboard*, pero en realidad lo que ha servido para impulsar estas producciones es la gran popularidad que tenían las historias, muchas de ellas publicadas en la revista *Lágrimas, Risas y Amor*, que existió de 1962 a 1995. A diferencia de la lectura de

9 Yolanda Vargas Dulché fue una escritora y guionista mexicana, nacida en 1926 y fallecida en 1999. Fue reconocida, sobre todo, por crear la famosa historieta *Memín Pinguín*, pero también fue escritora y creadora de múltiples personajes de historietas que después se convertirían en ficciones televisivas.



libros,¹⁰ publicaciones periódicas como la última que mencioné, eran el mejor argumento para apostar por un trabajo de adaptación hacia un audiovisual. No existía en este caso un esquema en el que estos trabajos se facilitaran porque un editorial fuera parte de un grupo concentrado que incluyera también intereses en empresas televisivas o cinematográficas.

Respecto de telenovelas basadas en obras literarias, podemos encontrar más de una decena de ejemplos en México y otros países de América Latina, como Colombia o Venezuela, donde este género televisivo es altamente popular. Quizá la mejor muestra en este sentido sean las siete adaptaciones de la novela *Doña Bárbara* del escritor y alguna vez presidente de Venezuela, Rómulo Gallegos: la primera versión fue de 1958, hecha en México por Televisa; tres años después, en 1961, apareció una interpretación cubana; en 1963, América Televisión en Perú; en 1975, salió una versión venezolana; en 1977 apareció una nueva versión cubana; Telemundo y Sony Pictures hicieron una versión colombiana-estadounidense en 2008; y una última, en 2016, hecha por Telemundo para los Estados Unidos.¹¹

En este apartado he señalado escasos ejemplos de las veces en que la literatura ha migrado hacia las pantallas de cine o televisión. Como dije antes, no es procedente ni es mi pretensión realizar un listado exhaustivo ni argumentar mediante la estadística. Sirva esta información como un antecedente de lo que quiero señalar

10 El índice de lectura en México ha sido históricamente bajo en comparación con otros países de habla hispana como España y Argentina. Durante el siglo XX, los esfuerzos gubernamentales y privados para fomentar la lectura tuvieron impactos limitados, a pesar de campañas y programas de promoción. En años recientes, el acceso digital y las iniciativas culturales han intentado revitalizar el hábito de la lectura, aunque los desafíos persisten.

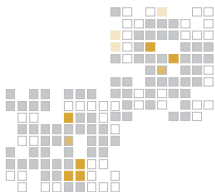
11 Otros ejemplos destacados de adaptaciones literarias a telenovelas son *Marianela* (México, 1961), inspirada en la historia homónima de Benito Pérez Galdós (1878); *El retrato de Dorian Grey* (México, 1969), *Montecristo* (Argentina, 2016), *La tregua* (Colombia, 1980)

a continuación: en la época dorada del VBD en *streaming*, las historias adaptadas desde la literatura (y la industria editorial) tienen un lugar protagónico.

5. Adaptaciones de la literatura hacia plataformas de VBD

Durante más de cien años, la relación de la literatura con el Cine y la Televisión ha sido por muchas razones cercana. Las adaptaciones literarias no sólo han servido como inspiración para obras adaptadas, sino que también han demostrado cómo los textos pueden ser reinterpretados y reimaginados con el lenguaje audiovisual, a través de diferentes épocas y culturas que tienen sus propias preocupaciones y sensibilidades. La historia de las adaptaciones literarias a producciones audiovisuales es, en última instancia, una historia de diálogo entre dos formas de arte, que se enriquecen entre sí y abren nuevas posibilidades creativas (Wolf, 2001). En el siglo XXI, esta relación entre artes e industrias distintas se ha mantenido y ha tenido una nueva etapa con la llegada del VBD en *streaming*.

Desde la segunda mitad del siglo XX —y de manera muy notoria en los años 80 y 90— se han ido consolidado grandes conglomerados mediáticos que tienen intereses en diferentes industrias culturales y que han facilitado la creación de dinámicas sinérgicas que permiten hacer trabajos de adaptación desde una industria cultural a otra con facilidad. La reproducción del capital y la comunicación en línea han sido dos de las razones sobre las que se sustentan consorcios mediáticos hiper concentrados, como es el caso de Grupo Planeta en España, con intereses en diferentes industrias culturales cuyas actividades la hacen participar de la edición de libros, la información periodística, la formación superior y el entretenimiento audiovisual; y a una mayor escala, Amazon, que concentra intereses en más de una veintena de actividades diferentes y de las



que sólo quiero señalar la edición de libros y la producción audiovisual.

En la propia industria editorial el fenómeno de la concentración (entendido esto como el proceso por el que un grupo o empresa compra, adquiere, se fusiona o se asocia con otras para perseguir un mismo interés) ha creado grandes grupos editoriales en todo el mundo (Vázquez Álvarez, 2015), como lo son Pearson, Penguin Random House (Cruz Quintana, 2023) o Grupo Planeta, por citar sólo a tres de ellos. Cuando esto ocurre, la creación de un grupo cada vez más grande dentro de un mismo sector, a esto se le conoce como concentración horizontal. Pero si esta unión se da entre empresas de distintos rubros (como las industrias del Cine y la Televisión, la editorial o la de videojuegos), como es el caso de todas las divisiones que conforman a Bertelsman, Apple, Amazon o Disney —por citar de nuevo sólo a unas cuantas—, hablamos entonces de una concertación vertical. Gloria Gómez Escalonilla comenta sobre este tema:

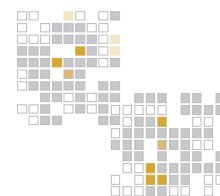
Las razones que explican la carrera de compras y ventas de editoriales son varias: se compran porque en el mundo editorial la mejor manera de crecer es absorber, porque se buscan economías de escala o se aprovechan sinergias, ya que el grupo proporciona la estructura común de abastecimientos, logística, administración, marketing; pero también por el deseo de convertirse en grupos multimedia, porque invertir en fondos editoriales es apostar por un negocio estable, ya que se obtiene un valor añadido de la utilización de fondos editoriales prestigiados y, sobre todo, porque buscan desarrollar mercados potenciales. (2003, p. 40)

A veces la concentración no ocurre necesariamente por la compra o fusión de empresas, sino por la adquisición de derechos

de reproducción de obras. Esto en el contexto de la proliferación de opciones de VBD en *streaming*. La revista *Publisher's Weekly* informó en abril de 2019 que a Netflix le había dado un impulso por comprar derechos de libros que no mostraba signos de desaceleración (Boog, 12 de abril de 2019). Un ejemplo de esto es la compra que esta empresa hizo sobre los derechos de explotación de la obra del autor británico infantil Roal Dahl por 475 millones de dólares (Browne, 22 de septiembre de 2021).¹² Producto de esta adquisición, de ese entonces a la fecha en que escribo este artículo (mayo de 2024), Netflix lanzó ya en su plataforma una película musical basada en la obra de *Matilda*, 4 cortometrajes basados en diferentes historias cortas de Roal Dahl (y dirigidos por Wes Anderson) y se encuentra en preparación de un *reality show* con temática de *Charlie y la Fábrica de Chocolate*.

En otro ejemplo, anterior al caso de Roal Dahl, en julio de 2019 Netflix también firmó un convenio de trabajo con Grupo Planeta para facilitar la cesión de derechos de adaptación de las obras publicadas por esta empresa española, y para que esta última publicara libros con contenidos de serie o películas de la organización estadounidense. (Geli, 20 de julio de 2019). Como parte de este convenio, Netflix realizó, entre otras producciones, la serie *El desorden que dejas* (2020), a partir de la novela homónima de Carlos Montero, publicada cuatro años antes, en 2016, por Planeta. Esta editorial, a su vez, ha editado libros de series como *The Crown*, *La casa de papel* y *Élite*, las tres, series producidas por Netflix. Con esto podemos ver que no es sólo las industrias del audiovisual obtengan rédito de la adquisición de derechos, sino que también

¹² La adquisición de los derechos sobre la obra de Roal Dahl estuvo envuelta en una controversia de censura y mutilación a algunas de sus obras que, bajo la moralidad actual pueden tener algunos pasajes “indeseables” para las infancias. Kosch y Fanjul (2023) publicaron un artículo al respecto que añado en la bibliografía de este artículo.



la industria editorial puede aprovechar estos convenios laborales.

Netflix no ha sido la única plataforma de VBD en *streaming* que ha invertido en la adquisición de derechos de la industria editorial, prácticamente la mayor parte de ellas tiene cada año algún producto estelar proveniente de adaptar alguna obra editorial. Amazon Prime, Max o Apple TV (por mencionar sólo a tres de las más exitosas), e incluso otras plataformas de menos tamaño como VIX, han invertido significativamente en la producción de adaptaciones literarias, reconociendo el valor inherente de las historias que han sido previamente aceptadas y de las que han tratado de fidelizar audiencias a través de contenido, sobre todo, serializado. Grandes clásicos de la literatura mundial, local o regional han hecho su aparición en las plataformas de VBD en *streaming*. La inversión que se hace para producir historias como *Juego de Tronos* (MAX), *El señor de los anillos* (Amazon Prime), *El problema de los tres cuerpos* (Netflix), o las series próximas a estrenarse sobre *100 años de soledad* (Netflix) o *Pedro Páramo* (Netflix), parecen demostrar la conveniencia de comprar derechos de obras que son hartamente conocidas y pueden tener ya un *fandom*¹³ ávido de consumir más productos de sus historias predilectas.

Como quizá era de esperarse, este incremento de las adaptaciones literarias a producciones audiovisuales de los últimos años ha tenido un profundo efecto en la industria editorial: las narraciones literarias, al convertirse en productos audiovisuales, aumentan enormemente su popularidad y pueden impulsar las ventas de libros. Esto no es algo nuevo y bastaría con

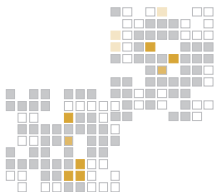
recordar cuántas portadas de novelas son versiones de los pósteres de películas que han sido reeditadas justamente para aprovechar el impulso comercial que brinda la aparición de una película o programa de televisión. De acuerdo con una investigación del diario inglés *The Atlantic* (Manshell, McGrath y Porter, 16 de julio de 2021), una novela que se ha adaptado en algún producto audiovisual, como película o serie (o alguna de las diferentes modalidades nacionales como telenovelas, k-dramas, animes, etc.), recibe hasta 4 veces más ratings en la red social Goodreads que una obra que nunca se ha adaptado a otro medio distinto de la literatura.

El ejemplo anterior resulta aún más interesante cuando analizamos cómo está constituida Goodreads. Se trata de una red social con temática afín a los libros y la lectura, en la que se incentiva a que la comunidad de usuarios lleve un registro de los libros que lee durante un año, los reseñe, los evalúe; también puede crear listas de lecturas o abrir espacios de diálogo para interactuar con otras personas. Goodreads surgió a finales de 2006 y tras un año de existencia su comunidad a nivel mundial creció hasta 650 mil usuarios, quienes añadieron reseñas, ratings y metadatos de más de 10 millones de obras (que sirven para la labor catalográfica pero también la identificación de los intereses de los usuarios). Toda esta información constituye un recurso valiosísimo que no pasó desapercibido por la empresa Amazon, pues finalmente adquirió la red social en 2013.

Al hacerse de Goodreads y al triangular la información de sus usuarios con la que existe para Internet Movie Database (IMDb),¹⁴ también

13 Un *fandom* es una comunidad de aficionados apasionados por una obra, serie, película, artista u otro fenómeno cultural. Los miembros de un *fandom* comparten su entusiasmo, crean contenido relacionado y participan en actividades que celebran su interés común. Es muy normal que estas comunidades interactúen en línea y en eventos especiales, con lo que hacen evidentes sus gustos e intereses.

14 Internet Movie Database (IMDb) es una base de datos en línea que proporciona información detallada sobre películas, series de televisión, actores, directores y otros profesionales de la industria del entretenimiento. Fue fundada en 1990 y desde entonces hasta la fecha incluye reseñas, calificaciones y datos técnicos sobre producciones audiovisuales. En 1998 fue adquirida por Amazon.



propiedad de Amazon, se puede generar una base de datos muy interesante del *zeitgeist* de la época (al menos en cuanto a intereses de consumo cultural). A partir de esto, empresas como Amazon generan conocimiento con los datos de sus usuarios y tienen mejores herramientas para decir qué comprar y qué no, qué producir y qué no. Súmese a este perfil concentrado, el dato de que en 2022 Amazon adquirió la compañía productora Metro-Goldwyn-Mayer (MGM), y de que cuenta, además, con su propia plataforma de VBD en *streaming*: Prime Video.

¿La realización de producciones audiovisuales adaptadas desde la literatura se debe sólo a un fenómeno de concentración empresarial? No es así. Sin duda la creación de grandes conglomerados mediáticos ha dispuesto el terreno para que las adaptaciones se realicen con sencillez, pero esto también es producto de la enorme oferta que actualmente existe en el mercado de las plataformas de VBD en *streaming*. Si vemos en retrospectiva los modelos de financiamiento de la Televisión, como se señaló antes en apartados de este artículo, podemos encontrar muchas similitudes entre la Televisión de paga *premium* (vía satélite o por cable), con lo que ocurre con las plataformas de VBD en *streaming*. Al ser los propios consumidores quienes financian su acceso a lo que ven mediante un pago, tienen más derecho a reclamar por trabajos de gran calidad y acorde a sus intereses personales. Si una plataforma no ofrece las opciones que se adecuan a nuestros gustos, simplemente no las contratamos.

No es objetivo de este trabajo analizar las diferentes modalidades de pago y las características de los servicios que ofrecen las plataformas de VBD en *streaming*, pero aun así quiero apuntar una de ellas puesto que de esto se desprende también otra de las razones para que se busque realizar tantas adaptaciones hoy en día. Me refiero a la práctica que inició y continúa Netflix de entregar producciones completas

cuando se trata de series. Una persona, si tiene el tiempo y así lo desea, podría consumir una temporada completa de su programa favorito el mismo día, lo que comúnmente se conoce como “*binge-watching*”. Sin duda esto es un gran aliciente para los usuarios que no pueden despegarse de la pantalla, pero crea un efecto que pudiera ser negativo por dos cosas: 1) por la enajenación que genera en los consumidores y que los aleja (al restarles tiempo para hacer otras actividades) de otro tipo de consumos culturales (Carbonell, Calvo, Panova y Beranuy, 2021) y 2) por la presión a la que somete a las productoras para estar constantemente lanzando nuevas producciones. Desde luego que esto último podría impactar de manera positiva en la creación de empleo, pero quizá vaya en detrimento de la calidad de los productos audiovisuales. Justo esta urgencia de los consumidores por siempre estar al día con los últimos contenidos audiovisuales de las plataformas de VBD en *streaming* quizá sea una más de las razones por las que se privilegia a la adaptaciones de historias que antes ya han funcionado, aunque sea sólo en el caso de los libros.

6. Conclusiones

La adaptación de la literatura en las plataformas de VBD en *streaming* es quizá una consecuencia lógica de lo que antes hicieron el Cine y la Televisión, respectivamente. Como se puede percatar incluso sin la necesidad de hacer un estudio estadístico, existe una tendencia creciente y significativa en continuar con este tipo de trabajo sinérgico entre las industrias del audiovisual y la industria editorial. Estas adaptaciones han revitalizado muchas obras literarias que pueden tener un nuevo impulso comercial y encontrar nuevos lectores.

Es interesante preguntarnos si este tipo de sinergias son más de provecho para la industria editorial o para las industrias del audiovisual. Por ejemplo, ¿será que algunas series basadas



en trabajos literarios le permitan a los editores encontrar nuevos lectores y ampliar con ello sus ganancias? No fue este el propósito de mi trabajo, aunque sospecho, sin haber realizado ninguna indagación directamente con el público lector, que la respuesta a esa pregunta es puede ser afirmativa. Los índices que me invitan a pensar en ello es la reedición o reimpresión de ciertas obras pasadas que vuelven a cobrar vigencia porque su adaptación al cine se encuentra en cartelera.

La convergencia entre literatura y producciones audiovisuales también trae consigo importantes desafíos y consideraciones, como siempre lo ha hecho. El tema de la fidelidad de una obra original puede verse comprometida por necesidades comerciales, pero sobre todo por las características culturales de una época. Si se continúan adaptando obras antiguas, cuya idea de mundo quizá ya no coincida con la moral actual de la época —y de las regiones donde se distribuyen los contenidos—, seguramente nos enfrentemos a problemáticas que pueden ir desde alteraciones de una historia, hasta el progreso cultural (que es lo deseable), en el sentido de que nos preguntemos por nuestro lugar en el mundo. ¿No es eso lo que esperamos del arte en general? Creo que sí, sólo que ahora, al tener la posibilidad de acceder a tantas y tan variadas historias, de tantos lugares del mundo, contamos con una posibilidad insospechada para hacernos seres humanos más complejos.

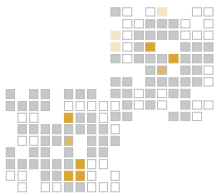
Como esbocé hacia el final del artículo, es crucial reflexionar sobre la concentración empresarial no sólo en esta confluencia de las industrias del audiovisual y la industria editorial, sino en toda la industria del entretenimiento. Las grandes plataformas de *streaming*, como Netflix, Amazon Prime y Disney+, tienen cada vez más un poder significativo en la selección, promoción y generación de contenidos. Como también señalé antes, la era digital es clave para que la

“lectura” de nuestra información se genere y brinde de indicadores a las empresas que generan los contenidos.

Si la concentración continúa en el ritmo creciente que tiene, se podría limitar la diversidad de voces y perspectivas, favoreciendo aquellas que aseguran mayores retornos económicos. ¿No estaremos entrando en un círculo desafortunado en el que nuestros gustos no son realmente orgánicos y vienen determinados por los algoritmos que nos señalan qué ver, escuchar y leer? Parece urgente crear políticas públicas que impidan la desaparición de pequeños e independientes creadores de literatura y, sobre todo, de productos audiovisuales.

Quizá el tema pendiente que debe ser tratado con más urgencia a propósito del tema central de este artículo es la Inteligencia Artificial (IA). Las herramientas de IA actuales pueden analizar grandes volúmenes de datos para identificar tendencias y preferencias del público, esto las pone en posición de saber qué obras literarias tienen mayor potencial de éxito para ser adaptadas. No dudo (aunque no tengo ningún dato empírico al respecto) que esto ocurra ya en las grandes empresas: la capacidad de predecir el comportamiento de sus usuarios debe ser muy grande.

Además de todo, la IA está revolucionando el proceso creativo de las adaptaciones literarias pues algunos algoritmos avanzados pueden brindar guías a los escritores y directores para que ellos estructuren las narrativas de manera más efectiva (siguiendo los patrones de consumo de los usuarios), sugiriendo modificaciones basadas en análisis de historias similares y su recepción. La moneda está echada al aire y habrá que estar al pendiente de los cambios que esta tecnología revolucionaria traerá en este tema y en otros más para el desarrollo de la humanidad.



Referências

- ARDITI, David. *Streaming Culture. Subscription Platforms and the Unending Consumption of Culture*. Reino Unido: Emerald Publishing Limited, Leeds. 2021.
- BERRUECO GARCÍA, Adriana. *Nuevo régimen jurídico del cine mexicano*. México: Universidad Nacional Autónoma de México, Instituto de Investigaciones Jurídicas. 2009.
- BOOG, Jason. The Netflix Literary Connection. En *Publishers Weekly*. 12 de abril de 2024. <https://www.publishersweekly.com/pw/by-topic/industry-news/page-to-screen/article/79793-the-netflix-literary-connection.html>
- BROWNE, Ryan. Netflix buys the entire catalog of 'Charlie and the Chocolate Factory' author Roald Dahl. En *CNBC* en línea. Estados Unidos. 22 de septiembre de 2021. <https://www.cnb.com/2021/09/22/netflix-buys-roald-dahl-catalog.html>
- BUCHANAN, Judith. Literary Adaptation in the Silent Era. En Cartmell, Deborah (Ed.) *A companion to Literature, Film and Adaptation*. Estados Unidos. Blackwell Publishing. 2012. pp.15-32.
- BUONANNO, Milly. *The Age of Television Experiences and Theories*. Bristol: Intellect. 2008.
- BUSTAMANTE, Enrique. *La televisión económica. Financiación, estrategias y mercados*. Barcelona: Gedisa. 1999.
- CARBONELL, Xavier; CALVO, Fran; PANOVA, Tayana y BERANUY, Marta. Consideración crítica de las adiciones digitales. En *Digital Education Review*, España: Universidad de Barcelona. Núm. 39, junio de 2021. pp. 4-22. <https://doi.org/10.1344/der.2021.39.4-22>
- CARRILLO BERNAL, Javier. *Paradigma Netflix. El entretenimiento del algoritmo*. Barcelona: Editorial de la Universidad Oberta de Catalunya. 2019.
- CASILLAS LEDESMA, Silvia. La novela mexicana del siglo XIX y su adaptación filmica en el cine de los años 30. Una visión retrospectiva. En *Razón y palabra*. Primera edición especial, julio de 1997. <http://www.razonypalabra.org.mx/mcluhan/novela.htm>
- CRUZ QUINTANA, Fernando. Concentración empresarial en el sector editorial: el caso de Penguin Random House. *Revista General de Información y Documentación*, 33(2), 695-714. Diciembre de 2023. <https://doi.org/10.5209/rgid.93012>
- DURRANI, Ana. Top Streaming Statistics In 2024. En *Forbes* [edición en línea]. Estados Unidos. Junio de 2024. Consultada en el siguiente enlace electrónico: <https://www.forbes.com/home-improvement/internet/streaming-stats/>
- GARCÍA RIERA, Emilio. *Breve historia del cine mexicano*. México: Editorial Era. 1988.
- GELL, Carles. Planeta se alía con Netflix para hacer libros de sus series. En *El País* [edición en línea]. España. 20 de julio de 2019. Consultada en el siguiente enlace electrónico: https://elpais.com/cultura/2019/07/19/actualidad/1563557493_623603.html
- GERAGHTY, Christine. *Now a Motion Picture. Film Adaptations of Literature and Drama*. Estados Unidos: Rowman & Littlefield Publishers. 2008.
- GÓMEZ-ESCALONILLA, Gloria. Libro y entorno digital: un encuentro de futuro. En Enrique Bustamante (coord.). *Hacia un nuevo sistema mundial de comunicación. Las industrias culturales en la era digital*. España: Gedisa. 2003. pp. 39-56.
- GRAINGE, Paul; JANCOVICH, Mark y MONTEITH, Sharon. *Film histories. And Introduction and reader*. Reino Unido: Edinburgh University Press. 2007.
- INSTITUTO MEXICANO DE CINEMATOGRAFÍA (Imcine). *Anuario Estadístico del Cine Mexicano 2023*. México. 2024.
- JENNER, Mareike *Netflix and the re-invention of Television*. Reino Unido: Palgrave Macmillan. 2018.
- KOSCH, Tommaso y FANJUL, Sergio C. Changes to Roald Dahl's stories trigger global outrage and doubts about their legality. En *El País* [edición en inglés en línea]. 21 de febrero de 2023. <https://english.elpais.com/cultura/2023-02-21/changes-to-roald-dahls-stories-trigger-global-outrage-and-doubts-about-their-legality.html>
- LEA, David. La emergencia de lo transmedia y posliterario en la adaptación. *Tropelias: Revista De Teoría De La Literatura Y Literatura Comparada*, (9), 5–18. 2023. https://doi.org/10.26754/ojs_tropelias/tropelias.202399567
- LINCOLN STRANGE RESÉNDIZ, Isabel. *Adaptación y novelización en el cine mexicano (1939-1955). Dos estudios de casos*. México: Gedisa. 2022.
- MANSHELL, Alexander; MCGRATH, Laura B.; PORTER, J.D. The rise of must read T.V. En *The Atlantic* [en línea]. 16 de julio de 2021. <https://www.theatlantic.com/culture/archive/2021/07/tv-adaptations-fiction/619442/>
- MARÍN PÉREZ, Benjamín. Streaming: ventajas, desafíos y oportunidades de las radiotelevisiones para captar audiencias. *Revista de Ciencias de la Comunicación e Información* 26 (mayo 2021): pp.45-65. <https://doi.org/10.35742/rcci.2021.26.e85>
- MULLA, Tausif. Assessing the factors influencing the adoption of over-the-top streaming platforms: A literature review from 2007 to 2021. *Telematics and informatics*. Vol 69. 2022. Reino Unido: Elsevier. <https://doi.org/10.1016/j.tele.2022.101797>



NEIRA, Elena. *Streaming wars. La nueva Televisión*. España:Planeta. 2020.

NGUYEN, Godefroy; DEJEAN, Sylvain; y MOREAU, François. On the complementarity between online and offline music consumption: the case of free streaming. En *Journal of Cultural Economics* **38**, pp. 315–330. 2014. <https://doi.org/10.1007/s10824-013-9208-8>

PETTERSEN, David. Netflix's *Lupin*: Cultural Heritage and Internationalisation in the Age of Global (S)VoD Platforms. En: Harrod, M., Moine, R. (eds) *Is it French? Popular Postnational Screen Fiction from France. Palgrave European Film and Media Studies*. Palgrave Macmillan, Cham. 2023. https://doi.org/10.1007/978-3-031-39195-8_12

WOLF, Sergio *Cine/Literatura. Ritos de pasaje*. Argentina: Paidós. 2001.

VÁZQUEZ ÁLVAREZ, Iñaki. La concentración editorial: una aproximación conceptual al fenómeno. En *Trama & Texturas*, No. 28 (diciembre 2015). España. pp. 43-53.

ZALLO, Ramón. *Economía de la comunicación y la cultura*. Barcelona: Ediciones AKAL. 1988.

Artigo enviado em 30/06/2024 e aceito em 07/12/2024.

