

Multiplicación audiovisual entre plataformas: el proyecto @julietacapuleto*

DOI: <https://doi.org/10.17230/9789587206289ch7>

Vicente Gosciolaⁱ

Tainan Dandara Costa Bacelar Pinheiroⁱⁱ

Ademir Silveira Correaⁱⁱⁱ

Maira Tomyama Toledo^{iv}

Leyslie de Oliveira Emiliano Martins Pereira^v

Bruno Gabriel Soares Ribeiro^{vi}

Fabiana Veiga Guerra^{vii}

Amanda Virgínia Dias Torres Silva^{viii}

Beatriz da Cunha Souza Moreno^{ix}

Alessandra Garcia Grandini^x

* Parte de este trabajo fue publicado originalmente en portugués en el artículo “@julietacapuleto: transmediando Shakespeare en la cultura digital”, en el número 27 del volumen 21 de la revista *Razón y Palabra* (Gosciola *et al.*, 2017, pp. 45-64).

ⁱ Licenciado en Educación Artística de la Facultad Paulista de Artes, con Especialización en Acción Educativa en Comunicación Social; magíster en Ciencias de la Comunicación de la Universidad de São Paulo y doctor en Comunicación y Semiótica de la Pontificia Universidad Católica de São Paulo. Profesor del Programa de Postgrado en Comunicación de la Universidad Anhembi Morumbi, São Paulo, Brasil. Correo electrónico: vicente.gosciola@gmail.com

ⁱⁱ Licenciado en Cine y Audiovisuales de la Universidad Anhembi Morumbi, con Especialización en Estéticas Contemporáneas de la Universidad Presbiteriana Mackenzie de São Paulo. Magíster en Comunicación Audiovisual de la Universidad Anhembi Morumbi, São Paulo. Correo electrónico: dandarabacelar19@gmail.com

ⁱⁱⁱ Licenciado en Comunicación Social-Periodismo de la Pontificia Universidad Católica de Rio Grande do Sul, Brasil, con Maestría en Comunicación de la Universidad Anhembi Morumbi. Estudiante del Doctorado en Comunicación de la Universidad Anhembi Morumbi. Correo electrónico: ademirsilveiracorrea@gmail.com

^{iv} Licenciada en Comunicación Social con énfasis en Publicidad y Propaganda de la Universidad de São Paulo. Magíster en Comunicación de la Universidad Anhembi Morumbi. Correo electrónico: mairatoledo@hotmail.com

^v Graduada en Producción Fonográfica de la Universidad Anhembi Morumbi, con Especialización en Metodología de la Música. Magíster en Comunicación de la Universidad Anhembi Morumbi. Correo electrónico: leysliemartins.contato@gmail.com

^{vi} Graduado en Cine de la Universidad Anhembi Morumbi, estudiante de Maestría en Comunicación de la Universidad Anhembi Morumbi. Correo electrónico: brunnogael@gmail.com

^{vii} Licenciada en Diseño Industrial del Centro Universitario de Bellas Artes de São Paulo, con Especialización en desarrollo en Creación Visual y Multimedia de la Universidad San Judas Tadeo de São Paulo. Magíster en Comunicación de la Universidad Anhembi Morumbi. Correo electrónico: fabisveiga@gmail.com

^{viii} Tecnóloga del Colegio San Benito de Olinda, Brasil; estudiante de Licenciatura en Comunicación con énfasis en Producción Editorial de la Universidad Anhembi Morumbi. Correo electrónico: ttorres.amandaa@gmail.com

^{ix} Tecnóloga en Producción Gráfica de la Escuela Técnica Estatal José Rocha Mendes de São Paulo; estudiante de Licenciatura en Comunicación con énfasis en Producción Editorial de la Universidad Anhembi Morumbi. Correo electrónico: bc.moreno@outlook.com

^x Tecnóloga Audiovisual de la Escuela Estatal Vitória Furlani de la Riva de Boa Nova, Brasil; estudiante de Licenciatura en Radio, TV e Internet de la Universidad Anhembi Morumbi. Correo electrónico: aleggrandini@live.com

Introducción

El proyecto *@julietacapuleto* es una libre adaptación transmediática de la pieza *Romeo y Julieta*, de William Shakespeare. El texto clásico fue el vehículo utilizado para la discusión de prejuicios sobre identidades de género minoritarias, encarnadas en los personajes de Julieta Capuleto, una mujer transgénero, y Romeo Montecchio, un hombre cis-género. Es un experimento híbrido que rompe los límites –genéricos y/o mediáticos– del teatro, el cine, las redes sociales digitales y las series web, y cuenta con una interacción entre actores-personajes y el público-coro en los medios sociales virtuales, utilizando la narrativa transmedia en múltiples plataformas.

La metodología utilizada consiste en la transformación de escenas en fotos, *posts*, videos grabados y transmisiones en vivo durante seis días, mezclando ficción y no ficción. A partir de la consolidación de las redes sociales digitales como importantes plataformas de comunicación en las primeras décadas del siglo XXI, vemos este proyecto como intrínsecamente ligado al campo del audiovisual y de los nuevos medios. También percibimos el proyecto *@julietacapuleto* como un vasto campo para experimentar y evaluar sobre cómo invitar al público a buscar una nueva narrativa y/o un nuevo medio de comunicación y el cómo una plataforma o una narrativa pueden alternar y elucidar mejor lo que acaba de suceder y anunciar lo que aún está por suceder. Así, en un contexto en el que el alcance masivo de contenidos en las redes sociales digitales es algo trivial, entendemos que este proyecto, a su modo, viabiliza la divulgación y fomenta el debate constructivo sobre los desdoblamientos audiovisuales y las tecnologías de comunicación, sobre Shakespeare y sobre las relaciones inter-géneros.

La expansión narrativa por la transmediación

En las obras de ficción que recurren a la *transmedia storytelling* la expansión narrativa se entiende como una forma de contar historias que extrapola un único medio o canal de comunicación. Consideramos que la ficción en narrativa transmedia demanda y se hace aún más consistente a través de esta extrapolación y conexión entre historias y plataformas. Esto porque cada parte de la historia narrada por la transmedia invita al público a buscar más contenido en una nueva narrativa y una nueva plataforma de comunicación

para conocer más detalladamente la historia. En este sentido, aspiramos aquí a una reflexión teórica sobre el desdoblamiento audiovisual en la producción de ficción dentro de la estrategia de comunicación transmedia. Con esto en mente, nuestro propósito es reconstruir la experiencia que representó producir y transmitir una ficción en una estructura narrativa transmedia por medio de múltiples pantallas o plataformas.

El proyecto nació en abril de 2016, en el desarrollo de la asignatura de Tecnologías de la Comunicación y Prácticas Socioculturales para los estudiantes de doctorado y maestría del Programa de Posgrado en Comunicación de la Universidad Anhembi Morumbi. Prácticamente comenzamos una producción colectiva, integrando comunicación, arte, tecnología *online* y narrativas audiovisuales convencionales con la herramienta de la telefonía móvil de los *smartphones*. La intención era entender si sería posible armonizar dichos recursos para una obra ficcional. A continuación, vino la pregunta por cuál sería el público de una historia transmitida en vivo en telefonía móvil y la temática más apropiada para esa audiencia. Estimamos que este público contaría con un rango de edad entre los quince y los veinticinco años pues este es el segmento de usuarios más frecuentes y afines a las funcionalidades de los teléfonos móviles. En suma, el público que se conecta con el mundo por medio de la internet de banda ancha inalámbrica. Seguidamente, asumimos que uno de los temas de debate preferidos por ese público son los asuntos relacionados con la identidad de género. También, partimos de la base de que la comunicación entre los miembros de este grupo es multilínea, integrada y complementaria, omnipresente, colaborativa y transmediada.

Con sus teléfonos inteligentes, estas personas experimentan la mediatización de sus propios acontecimientos diarios, gracias a la cámara y a la red inalámbrica. Comparten las más diversas épocas y lugares, a partir de un evento trivial para un contenido altamente avanzado. La grabación de video seguida del compartir entre las personas y las comunidades en red, renueva todas las fases de comunicación. Dado el modo como la noticia de un evento puede ser transmitida en tiempo real, el público figura como testigo ocular de todo lo que se ve en la web. La mediatización de la vida, en el contexto de la comunicación masiva, transforma la cámara móvil en un poderoso diseminador de videos, tanto para el público que solo busca entretenimiento como para el que se dedica a reforzar sus redes sociales, ya sea para encontrar algo en común con alguien, crear

conexiones o simplemente recibir evaluaciones positivas. O aún más, como afirma Manuel Castells, un público “dispuesto y listo a satisfacer una de las más importantes demandas latentes: la demanda por la libre expresión interactiva y la creación autónoma –hoy en gran parte frustrada por la visión esclerosada de los medios tradicionales” (Castells, 2003, p. 165).¹

Con todo esto en mente, pensamos en una historia conocida para facilitar su interacción con el público y, como estábamos en 2016, año del probable cuatricentenario de la muerte de William Shakespeare, inmediatamente recordamos a *Romeo y Julieta*, tal vez por ser una de sus obras más famosas. El siguiente paso fue discutir cómo podríamos traer este texto al presente, porque un primer amor adolescente para unir dos familias rivales resulta ingenuo hoy. Nos concentramos en identificar lo que hoy podría emular una relación con la misma fuerza. La prensa informaba sobre la violencia contra personas transexuales y localizaba a Brasil como el país con más asesinatos a travestis y transexuales. Decidimos entonces trabajar una relación *cis-trans* y promover un discurso local, y al mismo tiempo universal, para contribuir a la sensibilización social contra la transfobia y contra la intimidación de las identidades de las minorías.

El proyecto se sumerge en el contexto específico de la transmedialidad entre las más recientes plataformas narrativas. En particular, estamos en el universo de plataformas de comunicación por video –Instagram, Facebook Live, Snapchat, YouTube, WhatsApp–, y a través de fotos y textos. Todas las escenas fueron transmitidas en vivo, y ahora están disponibles al público en las redes sociales virtuales. Una de las puertas de entrada es Facebook.² Hemos podido constatar el movimiento del público entre los diversos medios de comunicación y su participación con comentarios, permitiéndole expandir el conocimiento de la historia como un espectador y agente de sensibilización contra la transfobia. La concepción del proyecto fue seguida por la creación, adaptación, guion, planificación, producción y transporte. El proyecto fue acompañado por la reflexión, tanto de los realizadores como del público, sobre el ejercicio de la transmisión, el desdoblamiento audiovisual y la relación entre personajes cis-trans. Pensamos que ha sido un campo fértil para experimentar y evaluar maneras de invitar al público a buscar una nueva narrativa y un nuevo medio de comunicación, culminando en la reflexión sobre cómo el desdoblamiento

¹ Todas las traducciones de los textos citados en portugués e inglés son nuestras.

² <https://www.facebook.com/projetojulietacapuleto/>

narrativo audiovisual sigue por las plataformas para aclarar lo que sucede en una historia.

Por las redes sociales virtuales, estimamos que este proyecto se ha constituido en una nueva posibilidad de reconfigurar el equilibrio del lugar narrativo entre una pantalla y una multiplicidad de pantallas, a través de una visión casi antropológica de las redes sociales virtuales. Para Marc Augé, un lugar antropológico “[...] es, al mismo tiempo, principio de sentido para aquellos que lo viven y principio de inteligibilidad para quien lo observa” (1994, p. 51). Con la aplicación de estos principios, tratamos de rescatar la dimensión visceral de los individuos que habitan la historia y proponer una comunicación contemporánea de la pieza clásica, en una transmisión digital urbana de *Romeo y Julieta*. Este sería, tal vez, “un movimiento hacia un modelo más participativo de la cultura” (Jenkins, Ford, & Green, 2015, p. 24).

Ciertamente nuestras preguntas sobre las transmisiones pasaron por el análisis de distintas teorías sobre cuestiones de género, especialmente en relación con los encuentros inter-género. James Dawson afirma que la diferenciación y la sociabilidad inter-géneros (2015, p. 215) merece ser vista en diferentes situaciones en las redes sociales, desde las formas de organización humana hasta la articulación entre grupos e instituciones. Sin embargo, es importante resaltar que estas redes sociales están íntimamente ligadas al desarrollo de recursos de comunicación que facilitan tal articulación. El adelanto de las nuevas tecnologías y la posibilidad de establecer redes de comunicación con intereses específicos son esenciales para aproximar esas relaciones en redes sociales, a lo que cabe el aforismo de Jesús Martín-Barbero según el cual la “distancia digital es realmente una distancia social” (Martín-Barbero, 2014, p. 29). Consideramos que este proyecto es una oportunidad para promover y fomentar un debate constructivo sobre las tecnologías de comunicación para romper y cerrar esas brechas, digitales y sociales. Así, mezclamos a Shakespeare y las relaciones de género en diferentes plataformas sociales y/o pantallas de video, sobre la base de informaciones también investigadas en las redes digitales, como una forma de reducir la distancia social indicada por Martín-Barbero.

La difusión ha contribuido con este enfoque al público, que puede ser explicado como una historia contada en múltiples plataformas y que puede ser dividida en partes o expandida en muchas otras historias complementarias; para cada parte o expansión se le asigna la plataforma,

tecnología o diseño que mejor pueda promover la expresión y recepción de tal parte o expansión de la historia. Henry Jenkins es asertivo al defender, en su libro *Convergence Culture* (2006), que el papel del público también es determinante al cooperar con la narración entre varias plataformas. No es simplemente repetir la misma historia en diferentes plataformas (Jenkins, 2007, pp. 123-124), como en el denominado *cross-media* –un concepto del medio publicitario que designa diferentes plataformas para enunciar una sola historia o mensaje, adaptado a las condiciones de cada medio–. Por lo tanto, la narrativa transmedia no consiste en presentar el mismo contenido en varias plataformas, productos o servicios de una franquicia (Jenkins, 2009). Así las cosas, en el caso de nuestro proyecto nada parecía más apropiado que hacer la adaptación de la narrativa de la obra shakespeariana en una estrategia transmedia.

El desdoblamiento audiovisual de Romeo y Julieta

Al elegir las distintas redes virtuales sociales que componen el proyecto, consideramos la presencia de grupos interesados disponibles en diferentes plataformas mediáticas –pese a su comportamiento migratorio entre estas– como condición fundamental para el flujo de contenido inherente a la convergencia de medios (Jenkins, 2009, p. 29). Desde su origen, los medios digitales desempeñan un papel importante en el acceso a la información en nuestra sociedad, y ejercen una gran influencia sobre las personas, sea en la construcción de patrones de comportamiento o estética, o incluso en la manipulación política e ideológica. Con los avances tecnológicos y el surgimiento de nuevos medios, como YouTube, se produjo una descentralización de la producción y distribución de contenido –que hasta entonces estaba en manos de grandes conglomerados de medios–, así como un cambio radical en el comportamiento del público, que no encontró solo nuevas formas de acceso, sino también la capacidad de producir y distribuir su propio contenido.

De hecho, mientras la televisión migra a las plataformas digitales, la audiencia de YouTube continúa creciendo. Esta plataforma ha ayudado a construir una comunidad de creadores que a lo largo de su corta vida, en comparación con otros medios de comunicación, consiguen desarrollar un tipo específico de contenido para su respectiva plataforma, con características muy diferentes de lo que estamos acostumbrados a ver en

la televisión tradicional. Inherente a la programación original de YouTube es la noción de participación pública y un tipo de comunicación directa y constante entre el productor y el consumidor. Para el investigador sobre el internet y el surgimiento de la sociedad de la economía en red, Yochai Benkler (2006), se puede prever que:

La batalla de la ecología institucional en el entorno de red digital se define por el número de cuántos usuarios individuales seguirán participando en la creación del ambiente de información en red y de cuántos de la población de consumidores continuarán sentándose en el sofá a recibir pasivamente los bienes producidos por los productores de información industrial (p. 385).

En este sentido, de acuerdo con Jenkins (2009), la sociedad contemporánea se distancia cada vez más de la condición de recepción pasiva y utiliza la “internet como un vehículo para acciones colectivas –soluciones de problemas, deliberación pública y creatividad alternativa” (2009, p. 235). Este es un ejemplo claro de lo que es, actualmente, la cultura de participación. Así, los más diversos tipos de creadores de contenido y las distintas comunidades de fans, comunidades de marca y subculturas se reúnen en este portal común para aprender juntos nuevas técnicas y prácticas de experimentar lo nuevo, la innovación creciente dentro de –y entre– las diferentes comunidades y diferentes prácticas:

En primer lugar, YouTube es el encuentro entre un número de comunidades alternativas diferentes, cada una produciendo medios independientes desde hace algún tiempo, pero ahora reunidas por este portal compartido [...] Al hablar sobre el contenido de YouTube, es válido también hablar sobre la importancia de la distribución y creación de valor y sobre la reformulación del significado dentro de la cultura de YouTube (Jenkins, 2009, pp. 348-349).

El proyecto *@julietacapuleto* hizo no solo uso de YouTube, sino que también se extendió a otras plataformas, especialmente de video. Todo el acto de producción fue una transmediación porque las partes o extensiones de historias y sus respectivas plataformas y la relación del público con estos medios y sus historias fueron integradas, complementadas e, incluso, se desarrollaron como una acción a reiterar en el proyecto. A este respecto cabe mencionar que las posibilidades de integración o de convergencia entre narrativas y plataformas ya estaban presentes en los primeros usos

del concepto de transmedia. Cuando en el año 2006 Jenkins recoge sus artículos en su libro *Convergence Culture*, se refiere a la transmediación como un nuevo significado en la creación de mundos narrativos, lo que corresponde a la convergencia de medios, y que exige nuevas formas de consumo y participación activa por parte de las comunidades de conocimiento (Jenkins, 2006, p. 21).

En su primer texto sobre el tema, Jenkins entiende el movimiento de sinergia entre las varias ramas de la producción cultural como una forma de *transmedia storytelling* (2001, p. 93). Esto ocurrió diez años después de que Marsha Kinder publicara *Playing with Power in Movies, Television, and Video Games*, donde explica la lógica del sistema de superentretenimiento resultante de la asociación entre diversos medios de comunicación y narrativas que hace de los consumidores actores más poderosos, en oposición a la manipulación comercial (Kinder, 1991, pp. 119-120). No obstante, los primeros usos del concepto ya integraban e involucraban una narrativa de la comunicación; en 1975, el compositor Stuart Saunders Smith había creado el concepto de *trans-media system*, una composición de melodías-armonías-ritmos diferentes para cada instrumento en la que cada compositor complementa la obra a su propia manera (Welsh, 1995, pp. 63-143).

El proyecto @julietacapuleto se desarrolló con todas estas características, coordinado con esa estrategia transmedial de comunicación del siglo XXI, pero muy próximo al origen del concepto del sistema de transmedia de Saunders Smith; a partir de las guías de la pieza original y el guion adaptado, cada actriz y actor reorganizó y recreó los textos en sus actuaciones grabadas en video, las cuales fueron transmitidas en vivo con los teléfonos móviles que les fueron suministrados a cada uno de ellos para las colaboraciones diarias del proyecto, ligándolas de una forma coherente con el concepto de la pieza como un todo armónico.

El desdoblamiento audiovisual se fundamenta en planteamientos como los de Kamilla Elliott (2004), quien propone que la adaptación de las obras a otro lenguaje, pese a las usuales críticas desfavorables, puede actualizar el trabajo original sin perder sus valores originales (2004, pp. 237-239). Además, vale recordar que *Romeo y Julieta* –escrita entre 1591 y 1595 por William Shakespeare– es el resultado de una sucesión de adaptaciones de una historia anterior, que se remonta a un libro publicado en 1476, intitulado *Mariotto e Gianozza*, escrito por Masuccio Salernitano, que fue adaptado como *Giulietta e Romeo* (1524) por Luigi de Porto y

vertido luego con el mismo nombre por Matteo Bandello (1531 y 1545), para aparecer posteriormente en el poema narrativo *The Tragical History of Romeus e Juliet* (1562) de Arthur Brooke, reescrito en prosa como *The goodly History of the true and constant love of Romeo and Julieta* (1567) por William Painter (Boyce & White, 1996, p. 563).

Corroborar y ampliar este debate Linda Hutcheon (2013), en su libro *Una teoría de la adaptación*, al mencionar los modos de participación promovidos por la adaptación como caminos apropiados a cada medio y experiencia específicos que “permite[n] pensar en cómo hacer adaptaciones, o digamos, exhibir o interactuar con las historias” (2013, p. 47). Se puede decir que dichos caminos son en cierta forma “inmersiones”, pero cada uno con diferentes niveles e intensidad. Hutcheon afirma que en el modo de contar historias, ejemplificado por la literatura, la imaginación es el principio rector que guía las palabras del texto y, en tal sentido, no responde a una imposición sonora o visual (2013, p. 48). A su vez, como lo muestran las adaptaciones para el cine y el teatro, los otros modos de participación son la visión y el sonido:

Pasamos de la imaginación al campo de la percepción directa, con su mezcla de detalles y enfoque más amplio. El modo performático nos enseña que el lenguaje no es la única manera de expresar el significado ni de contar historias. Las representaciones visuales y gestuales son ricas en asociaciones complejas; la música ofrece “equivalentes” para escuchar las emociones de los personajes y, por lo tanto, provoca reacciones emocionales en el público; el sonido, en general, puede acentuar, mejorar, o incluso contradecir los aspectos visuales y verbales (Hutcheon, 2013, p. 48).

Desplegar audiovisualmente *Romeo y Julieta* fue una decisión unánime para el grupo. Al ser una historia muy conocida, la capacidad de recrear elementos de esta narrativa con una estrategia de comunicación contemporánea se expandió sin que sus usuarios la desvincularan de la pieza de Shakespeare. Ya que las redes sociales virtuales son medios interactivos, adaptar los modos de interacción presentados por el autor nos ayudó a construir cada personaje con su propio perfil personal en cada una de las redes para lograr las interacciones que, de este modo, podían ser vistas, discutidas y ampliadas por otros usuarios que no hacían parte de nuestra narrativa.

Mediante la adaptación, el proyecto llevó la tragedia de Romeo y Julieta a la discusión sobre interacciones entre identidades de género y su impacto en la sociedad. La pieza clásica se trasladó a la vida diaria de una universidad donde una estudiante transexual (Julieta Capuleto) y una profesora transexual (Ama) polarizaron las opiniones de los otros estudiantes, incluyendo aquellos que manifestaron su prejuicio e intolerancia y aquellos que las respetaban y admiraban.

La representación de un amor cis-trans y de una profesora trans reclama una identidad por fuera de una matriz heterosexual que separa a la sociedad en femeninos y masculinos, cuerpos-mujeres y cuerpos-hombres, pues la “diferenciación sexual es un cuerpo hétero-división donde la simetría no es posible” (Preciado, 2014, p. 26). Al mismo tiempo, este amor y posición social de la alumna trans y de la profesora trans rompen los órdenes convencionales de un “sistema de representación que atribuye un significado (identidad, valor, prestigio, parentesco y posición dentro de una jerarquía social) a los individuos en la sociedad” (Lauretis, 1994, p. 212). Así, el proyecto @julietacapuleto aparece como una respuesta al proponer una historia de amor posible, con la transgresión que implica la novedad (en términos sociales) de la orientación sexual de los protagonistas. La producción y transmisión de las escenas en vivo permanecen disponibles al público, distribuidas en el desdoblamiento audiovisual que se presenta a continuación.

Resumen del primer día:

Amanda sufre transfobia por parte de los alumnos en la universidad donde trabaja como profesora (Stories - Instagram - Perfil Mercutio).

19:30 Amanda publica un video comentando la situación (Facebook Live - Perfil Amanda).

El video de Amanda repercute en la internet (Facebook - Perfil de Teobaldo y Julieta).

Plataforma de lanzamiento del contenido del primer día:

Facebook; Romeo, 14:00.

Instagram; Mercutio y Romeo, 19:30.

Facebook Live; Amanda, 19:30.

Facebook; Julieta, Teobaldo, 20:00 - 23:00.

Resumen del segundo día:

Amanda es despedida de la universidad (Facebook Live - Perfil de Amanda).

Julieta se manifiesta sobre la dimisión de Amanda (Facebook Live - Perfil de Julieta).

18:00 - 22:00 Llamada cumpleaños de Amanda (Facebook - Página del proyecto).

Plataforma de lanzamiento del contenido del segundo día:

Facebook Live; Amanda, 14:00.

Facebook; Julieta, 18:00.

Facebook; Julieta, Teobaldo, 18:00 - 22:00.

Resumen del tercer día:

13:00 - 18:00 Julieta y Teobaldo felicitan a Amanda (Instagram - Perfil Julieta y Teobaldo).

Amanda llama a unos amigos para festejar su cumpleaños (Facebook - Evento - Perfil de Amanda).

Comienzo de la fiesta (Instagram - Facebook - Página del proyecto).

00:00 Entrada de Romeo y amigos a la fiesta de Amanda (Instagram - Mercutio).

Plataforma de lanzamiento del contenido del tercer día:

Facebook; Amanda, 22:00.

Facebook - Instagram; Página del proyecto, 22:00.

Facebook - Instagram; Amanda, 11:00.

Página del evento - Facebook; Mercutio, Benvolio y Romeo, 14:00.

Facebook Live; Página del proyecto, 22:00.

Instagram; Mercutio, 00:00.

Resumen del cuarto día (continuación de la fiesta):

01:00 Julieta y Romeo se ven (Facebook Live - Perfil de Romeo y Julieta).

El primer beso de Julieta y Romeo (Facebook Live - Perfil de Teobaldo, Instagram - Perfil Amanda).

Mercutio y Benvolio discuten con Romeo por haber besado a una trans.

Abandonan la fiesta; Romeo regresa a la fiesta (Facebook Live - Perfil de Benvolio).

Teobaldo reconoce a Romeo (Facebook - Perfil de Teobaldo).

Julieta y Romeo se enamoran perdidamente (Instagram - Facebook - Perfil Julieta y Romeo).

Julieta y Romeo se conocen entre sí (Facebook Live - Perfil Julieta y Romeo).

Julieta y Romeo conversan sobre su relación (Facebook Live - Perfil de Julieta).

Romeo busca ayuda con Lorelay Fox (Facebook - Romeo).

Teobaldo comparte y comenta el video del beso de Julieta y Romeo (Facebook - Perfil de Teobaldo).

18:00 - 22:00 Mercutio - comentarios posteriores (Facebook - Perfil Mercutio).

Teobaldo bloquea a Mercutio (Facebook - Perfil de Teobaldo).

Plataforma de lanzamiento del contenido del cuarto día:

Facebook Live; Julieta / Romeo, 01:00.

Facebook Live; Julieta / Romeo, 01:00.

Facebook Live; Teobaldo, 01:05.

Facebook Live; Perfil del Proyecto, 01:05.

Instagram; Amanda, 01:10.

Facebook; Teobaldo, 01:15.

Facebook Live; Mercutio, 01:30.

Facebook Live; Mercutio, 01:35.

Facebook Live; Julieta, 01:45.

Instagram; Romeo, 02:30.

Facebook; Julieta / Romeo, 03:00.

Facebook Live; Julieta / Romeo, 11:00.

Facebook Live; Julieta / Romeo, 12:00

Facebook; Romeo, 14:00

Facebook; Teobaldo, 18:00

Facebook; Mercutio, Fake, Teobaldo, 18:00 - 22:00.

Facebook; Teobaldo, 22:00.

Resumen del quinto día:

Lorelay Fox responde un mensaje de Romeo (YouTube / Facebook - Perfil de Lorelay Fox).

Amanda y Teobaldo apoyan matrimonio (Facebook - Perfil de Teobaldo y Amanda).

19:00 - 22:00 Julieta y Romeo sugieren una posible fuga (Facebook / Instagram - Perfil Julieta y Romeo).

Plataforma de lanzamiento del contenido del quinto día:

YouTube / Facebook; Lorelay Fox, 01/11; 12:00

Facebook; Julieta, Romeo, Amanda y Teobaldo, 01/11, 12:00 - 15:00.

Facebook; Amanda, 01/11, 16:00.

Instagram; Amanda, 01/11, 17:00.

Facebook; Julieta / Romeo, 01/11, 19:00 - 22:00.

Resumen del sexto día:

Teobaldo comparte transfobia contra Mercutio y Romeo (Facebook - Perfil de Teobaldo).

Romeo cuestiona el video compartido por Teobaldo (Facebook - Perfil de Romeo).

Plataforma de lanzamiento del contenido del sexto día:

Facebook; Teobaldo, 11:00.

Facebook; Romeo, 16:00.

Resumen del séptimo día:

Julieta se desahoga y se despide (Facebook Live - Perfil de Julieta).

11:00 - 13:00 Los amigos buscan a Julieta (Facebook / Instagram - Perfil Amanda, Teobaldo, Benvolio).

Romeo se despide (Facebook - Perfil de Romeo).

Plataforma de lanzamiento del contenido del séptimo día:

Facebook Live; Julieta, 11:00.

Facebook / Instagram; Teobaldo, Amanda y Benvolio, 11:00 - 13:00.

Facebook Live; Romeo, 14:00.

Facebook; Página del proyecto, 14:00 - 00:00.

Consideraciones finales en perspectiva

Al final de las transmisiones en vivo, la página del proyecto en Facebook contaba con 867 *likes*. El *Video Prólogo* fue el más visto, hasta ahora con 2526 visitas. Durante el proceso, también oímos historias reales de hombres trans y, al final, invitamos a la gente a publicar declaraciones en #sofro-porquesou, como un *spin-off* del proyecto.

Estamos proporcionando nuevos materiales para promover el proyecto. Vamos a organizar varias obras audiovisuales, con actores y producción grabados y transmitidos en 96 minutos de video. Esto nos permite desarrollar el trabajo en varios formatos, series de web-documental, *shows* e instalaciones ficcionales. Entendemos que cada fase en un proyecto tan laborioso como este solo puede presentar un equilibrio entre la conducción narrativa y el desdoblamiento audiovisual en un proceso paso a paso, es decir, en cada fase revisábamos las posibilidades que cada nuevo contenido permitiría. Fue todo un descubrimiento poder vislumbrar las nuevas cualidades narrativas por el desdoblamiento audiovisual del guion, sorprendentemente sin distanciarse nunca del original de la tragedia shakespeariana.

Referencias

- Augé, M. (1994). *Não-lugares: Introdução a uma antropologia da supermodernidade*. Campinas, Brasil: Papirus.
- Benkler, Y. (2006). *The Wealth of Networks: How Social Production Transforms Markets and Freedom*. New Haven, NY: Yale University Press.
- Boyce, C., & White, D. A. (1996). *Wordsworth Dictionary of Shakespeare: The essential guide to Shakespeare's life and works*. Hertfordshire, Reino Unido: Wordsworth.
- Castells, M. (2003). *A galáxia da internet: Reflexões sobre a internet, os negócios e a sociedade*. Rio de Janeiro, Brasil: Zahar.
- Dawson, J. (2015). *Este livro é gay*. São Paulo, Brasil: Martins Fontes, 2015.
- Elliott, K. (2004). Literary film adaptation and the Form / Content dilemma. En M-L. Ryan (Ed.), *Narrative across Media. The Languages of Storytelling* (pp. 220-239). Lincoln, NE: University of Nebraska Press.
- Gosciola, V., Costa Bacelar Pinheiro, T. D., Tomyama Toledo, M., Silveira Correa, A., Soares Ribeiro, B. G., de Oliveira Emiliano Martins Pereira, L., Veiga Guerra, F., & Bacelar Pinheiro, C. (2017). @julietacapuleto: transmediando Shakespeare na cultura digital. *Razón y Palabra*, 27(21), 45-64. Disponible en <https://bit.ly/2RjZhwd>
- Jenkins, H. (2001, junio 1). Convergence? I Diverge. *MIT Technology Review* [en línea]. Recuperado de <https://bit.ly/256Jj7r>
- Jenkins, H. (2006). *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*. New York, NY: New York University Press.
- Jenkins, H. (2007). *Fans, bloggers and gamers: exploring participatory culture*. New York, NY: New York University Press.
- Jenkins, H. (2009). *Cultura da Convergência* (2ª ed.). São Paulo, Brasil: Aleph.
- Jenkins, H., Ford, S., & Green, J. (2015). *Cultura da Conexão: criando valor e significado por meio da mídia propagável*. São Paulo, Brasil: Aleph.
- Hutcheon, L. (2013). *Uma Teoria da Adaptação*. Florianópolis, Brasil: UFSC.

- Kinder, M. (1991). *Playing with Power in Movies, Television, and Video Games: from Muppet Babies to Teenage Mutant Ninja Turtles*. Berkeley, CA: University of California Press.
- Lauretis, de, T. (1994). A Tecnologia do Gênero. En H. D. de Hollanda (Coord.), *Tendências e Impasses: o feminino como crítica da cultura* (pp. 206-242). Rio de Janeiro, Brasil: Rocco.
- Martín-Barbero, J. (2014). Diversidade em convergência. *MATRIZES*, 8(2), 15-33. Recuperado de <https://bit.ly/2BL77VU>
- Preciado, B. (2014). *Manifesto Contrassexual*. São Paulo, Brasil: n-1 edições.
- Shakespeare, W. (2016). *Romeu e Julieta*. São Paulo, Brasil: Penguin.
- Welsh, J. P. (1995). *The Music of Stuart Saunders Smith*. Santa Barbara, CA: Greenwood Press.