

Shakespeare en 140 caracteres

María Yáñez Anllo

[Recibido, xullo 2011; aceptado, outubro 2011]

RESUMO Unha historia protagonizada por adolescentes como a de Romeo e Xulieta é sen dúbida un grande atractivo para que as distintas industrias culturais queiran usala para atraer a este público, que por un lado é un dos máis interesantes dende o punto de vista comercial, e polo outro é quen renova xeración tras xeración a vixencia desta historia, ou xa case tema universal. A través dun repaso polas distintas adaptacións, representacións e reescrituras que se levan feito na cultura de masas da obra *Romeo e Xulieta*, especialmente nas últimas décadas, chegaremos á máis recente e vistosa, a que fixo a Royal Shakespeare Company en 2010 na rede social Twitter. Examinándoa apuntaremos as claves dunha narrativa transmedia, que non deixa de ser teatral nin performativa, pero explora as posibilidades futuras das redes sociais como un novo espazo de creación.

PALABRAS CHAVE: adaptación, cinema, cómic, internet, redes sociais, Romeo e Xulieta, Shakespeare, teatro, Twitter.

ABSTRACT A teen love story such as Romeo and Juliet is a big appeal for the cultural industries to use it to get to that target, one of the most interesting from a commercial perspective, and that who renews the relevance of this story from one generation to the next. A review through the different adaptations, performances and rewritings made by the mass culture of this story, specially in the last decades, we will get to the most recent and innovative: the version made by the Royal Shakespeare Company in 2010 for the social network Twitter. By examining it we will point at the keys of a transmedia storytelling which, being performative and, somehow, theatrical, it does explore the future possibilities of social networks as a new space for creation.

KEYWORDS: adaptation, cinema, comic, drama, internet, Romeo and Juliet, Shakespeare, social networks, Twitter.

A historia de Romeo e Xulieta, probablemente a obra máis popular de William Shakespeare, leva sido ao longo dos séculos constantemente representada, adaptada, reescrita, actualizada, e dirixida nas súas múltiples formas ao público adolescente, como adolescentes son os seus protagonistas. Así, a cultura de masas prestoulle ao longo do século XX especial atención á hora

de confeccionar os seus produtos máis comerciais, dende o cine clásico ata a postmodernidade do *manga*, os videoxogos ou as novelas de vampiros. Nos comezos do século XXI, e tamén na procura deste público xuvenil, comezarán as adaptacións aos medios dixitais. A intención deste traballo non é repasar o exhaustivo ciclo adaptativo de “Romeo e Xulieta” na cultura de masas, pero si observaremos brevemente as adaptacións que se fixeron en clave actualizadora nas últimas décadas, antes de centrarnos na que nos ocupa, que é a súa reescritura nun dos novos medios máis populares do 2011: as redes sociais de internet e en concreto *Twitter*.

Reescrituras clásicas dun ciclo adaptativo máis que complexo

Cando falamos de “Romeo e Xulieta”, máis que dun ciclo adaptativo temos que falar dun tema universal: os amores prohibidos, tal como apuntan Jordi Balló e Xavier Pérez (1997), ou do que tamén poderíamos chamar un arquetipo: os *star-crossed lovers*.¹ Pero tamén lle podemos dar a categoría de mito renacentista se consideramos as múltiples representacións que se fixeron, dende a súa aparición, nas artes plásticas máis clásicas como a pintura e a escultura. Estaríamos ante unha obra que no Renacemento tivo a mesma categoría cós mitos e traxedias da época clásica, e que se representou do mesmo xeito que os gregos e romanos o facían. Por iso as esculturas e pinturas que podemos atopar sobre “Romeo e Xulieta” non distan moito das representacións clásicas, ou mesmo renacentistas e neoclásicas, doutros amantes mitolóxicos como os propios Píramo e Tisbe, Orfeo e Eurídice ou Penélope e Ulises.

Algo semellante poderíamos dicir sobre as variantes escénicas que veñen adaptando “Romeo e Xulieta” fóra do teatro propiamente dito, como son a ópera e o ballet. Son estes medios híbridos que nos permiten falar de intermedialidade ben antes da cultura de masas, pero que terán nela a súa evolución natural no cine musical –orquestra, coreografía e posta en escena– levada á súa máxima expresión en 1961 con *West Side Story*, de Robert

¹ A expresión (“amantes malditos polas estrelas”) emprégaa Shakespeare no prólogo de *Romeo e Xulieta*, e quedará alcuñada como arquetipo dos amantes aos que o destino, ou as circunstancias, lles impide estar xuntos:

“From forth the fatal loins of these two foes,
A pair of star-cross’d lovers take their life” (5–6).

Wise. Sen esquecer que entre os autores que levaron ás partituras a historia de “Romeo e Xulieta” están algúns dos máis recoñecidos da época romántica, como Berlioz ou Tchaikovsky, ou, máis tarde, o famoso ballet de Prokofiev.

Como último apuntamento escénico, aínda que non é o obxecto deste artigo repasar os centos de reescrituras actualizadas que se levan facendo no teatro do texto de Shakespeare, si destacaremos a última feita no ámbito galego, que tamén adaptaba a historia dos amantes de Verona ao contexto actual. Trátase do “Romeo e Xulieta” de *Teatro do Noroeste*, protagonizado por Christian Escuredo e por Sara Casasnovas. Vestidos de *Bersbka* e cun escenario de aspecto industrial, o espectáculo tentaba achegarse ao público urbano adolescente galego, ou polo menos de reflectilo sobre as táboas, algo pouco habitual na nosa tradición teatral, máis dirixida ao público adulto ou ao infantil.

Romeo e Xulieta na cultura de masas. A procura do público adolescente

Unha das nosas teses á hora de analizar este ciclo adaptativo é que, se a historia de “Romeo e Xulieta” foi empregada ao longo dos séculos para atraer ao teatro o público adolescente, na cultura de masas isto cobra maior importancia, por dous motivos: 1) a consideración do *target* xuvenil como un dos máis gorentosos para a industria do entretemento dende o punto de vista comercial, e 2) a necesidade da industria teatral, se se pode chamar así, de atraer a novos públicos precisamente para competir co poder do resto dos medios de masas e coa atracción que estes teñen para o público mozo.

O segundo motivo ilústrase co exemplo que acabamos de citar de Teatro do Noroeste, e co obxecto principal do noso estudo: a adaptación que fixo a *Royal Shakespeare Company* para *Twitter*. O primeiro motivo serviranos para facer un breve repaso polas adaptacións feitas pola industria nos principais medios de masas: o cinema, o cómic, os videoxogos e tamén as novelas comerciais.

No cinema, as adaptacións máis interesantes que se fixeron no século XX empezan pola de George Cukor en 1936. Os estudos vendérona aproveitando o éxito dos seus dous protagonsitas, Leslie Howard e Norma Shearer, nun

melodrama de 1932 chamado *Smilin' Through (A chama eterna)*, e anunciando unha espectacular posta en escena que o teatro nunca podería igualar. Mesmo o seu produtor Irving Thalberg contaba anos despois que a súa intención era “facer a produción que Shakespeare tería desexado se tivese as facilidades do cinema”. Malia estaren nos anos da Gran Depresión, a MGM non escatimou en gastos e con ela conseguiron varias nominacións aos Oscar de 1936. Á hora de adaptar o texto, os guionistas cortaron arredor dun 45 por certo da obra orixinal para facela máis áxil e producible no medio cinematográfico, agrupando as transicións en maxestuosas escenas con grandes decorados e moreas de soldados e mercaderes. A maioría dos cortes ou axustes da historia fixéronse, como acontecerá repetidamente con este texto, en torno aos personaxes secundarios.

En 1957 estreouse en Broadway a primeira versión do musical *West Side Story*, escrito por Arthur Laurents con partitura do prestixioso Leonard Bernstein. Laurents propúxose aquí escribir unha historia baseada na de Romeo e Xulieta pero situada na cidade de Nova Iorque neses anos 50, e cambiando a rivalidade familiar pola das bandas xuvenís da rúa, de diferentes procedencias étnicas, que poblaban naqueles tempos o lado oeste da cidade. Deste xeito, os Capuleto eran a banda dos *Sharks*, hispanos procedentes de Puerto Rico, e os Montescos os *Jets*, unha banda de brancos de clase traballadora. O musical foi a primeira obra da cultura popular que recollía este fenómeno xuvenil recente cuxas falcatuadas empezaban encher as portadas dos xornais, e non tardou en levarse á gran pantalla, coa película de Robert Wise antes citada, que acadou un éxito fenomenal de público e crítica, converténdose no musical con máis premios Oscar da historia, un total de dez incluíndo o de mellor película, en 1962.

O seguinte fito na tradición cinematográfica de “Romeo e Xulieta” é a adaptación que fixo Franco Zeffirelli no 1968, unha das máis fieis ao texto de Shakespeare que poidamos atopar na gran pantalla. Foi unha produción italo-británica que se rodou por enteiro en Italia, con localizacións polo tanto moi fieis ao espírito da Verona do século XV, que puxo o acento no romanticismo e na paixón entre os dous mozos protagonistas, e que segundo o propio Zeffirelli ía destinada a transmitirles aos adolescentes o valor do amor como ideal polo que morrer, fronte ás estúpidas leas dos adultos. A xuventude en si mesma era un valor moi forte da película, con dous actores protagonistas de idades moi próximas aos Romeo e Xulieta orixinais: os debutantes Leonard

Whiting, de 17, e Olivia Hussey, de 16. Só con actores tan mozos se podería mostrar o candor e a inocencia do amor verdadeiro, reforzada por unha fotografía de paleta renacentista na que predominaban as cores pastel, e pola non menos acaramelada banda sonora de Nino Rota.

Mais volvamos ás reescritas contemporanizantes que, como en *West Side Story*, se farían a gran pregunta: Como serían Romeo e Xulieta se vivisen na actualidade? E trasladémonos ata 1996, cando Baz Luhrman se atreveu a facer unha controvertida versión titulada *Romeo + Juliet*, tamén de vocación comercial pero cunha proposta visual arriscada. Se nos 50 un dos medios que máis movía os mozos era o cinema musical, nos 90 era a televisión musical a que mandaba, e de novo considerouse que a máis grande historia de amor adolescente de todos os tempos tiña que estar contada coas claves de medio que os adolescentes consomen. Neste caso, a MTV. Estética de *videoclip*, acción, tiros e histrionismo a partes iguais reescriben visualmente unha historia que, polo demais, conserva os diálogos de Shakespeare tal cal sen deixar de ofrecer todo un espectáculo postmoderno froito da época na que se fixo, e que tamén conseguiu mover o público adolescente, coa axuda de dúas das *teen stars* máis famosas do momento: Claire Danes e Leonardo di Caprio.

323

Con ser este *Romeo + Juliet* a referencia máis popular, aínda veremos nos anos que rodean o cambio de século un feixe de exemplos de reescritas postmodernas en distintos medios como a televisión, o cómic ou os videoxogos. Entre eles, a serie de *anime* xaponesa que sitúa os protagonistas nunha Neoverona, a parodia da factoría *Troma* titulada *Tromeo and Juliet*, ou o filme de animación de *Disney* chamado *Gnomeo and Juliet*, protagonizado por gnomos. No mundo do cómic hai décadas que se fan ilustracións da obra de Shakespeare, e podemos dicir que as adaptacións de “Romeo e Xulieta” foron acompañando as distintas etapas da evolución do medio. Así, teremos esta historia presente nos máis distintos xéneros, dende centos de tiras cómicas ata o *manga*, máis como tema ou arquetipo recorrente, ou como historia de fácil consumo comercial. Algo similar poderíamos tirar da recente historia dos videoxogos, nos que, coma no cómic, recórrese aos clásicos desde o principio para tratar de normalizar o medio creando produtos de fácil interese comercial, pero onde non se produciu ata agora ningunha obra de demasiado calado. Mais cómpre sinalar que estes videoxogos sobre Romeo e Xulieta están feitos para os soportes máis populares entre os adolescentes: os teléfonos móbiles e as consolas portátiles como a *Nintendo DS*. Por último, non

podía faltar neste repaso polas reescritas recentes un dos fenómenos de masas adolescentes máis destacables dos últimos anos: as novelas de vampiros. Pois tamén existe a novela *Romeo & Juliet & Vampires*, claramente inspirada coa historia da célebre saga *Crepúsculo*, que na súa orixe non deixa de estar inspirada nos famoso arquetipo dos amores imposibles.

Romeo e Xulieta levado a Twitter. Intermedialidade nas redes sociais

Logo de todo o visto, cal tería que ser a seguinte reescritura contemporánea de Romeo e Xulieta? Pois, igualmente, unha que se escribise cos códigos do que usan os mozos da súa idade na actualidade. A escolla foron as redes sociais, e a proposta esta vez non veu da industria do cine, senón do teatro máis canónico. A *Royal Shakespeare Company* quixo sorprendere a todo o mundo na primavera do 2010 ofrecendo o experimento de levar o clásico máis famoso á rede máis novidosa e unha das máis populares: *Twitter*. O título da obra foi *Such Tweet Sorrow*².

324

Antes de abordar as claves desta nova adaptación conviría situarnos no novo medio, internet, e empezar a cuestionarnos se deberíamos falar de internet como medio ou de internet como soporte dunha serie de medios entre os que están *os blogs, Facebook, Twitter, Youtube*, as redes musicais... Nos últimos anos pasamos do multimedia (a mestura de varias linguaxes nun só soporte) ao escenario crossmedia (a distribución dun mesmo contido a través de múltiples soportes ou plataformas) e ás chamadas narrativas transmedia (que utilizan estes distintos soportes para contar a historia desde diferentes planos e puntos de vista, dependendo das posibilidades e do alcance de cada soporte). A medida que internet crece e vai absorbendo outros medios (televisións, cine, literatura, etc) empeza a carecer de sentido tratala como un medio máis, senón un medio de medios, ou un ecosistema onde o natural é que os medios se integren, se combinen e se adapten a cada usuario. Seguramente sexa cedo para poder establecer unha nova categorización cando falamos de medios tan emerxentes e dinámicos, pero queda apuntada esa cuestión para cando falemos, un pouquiño máis adiante, da mestura de linguaxes e de distintas

² O título é un xogo de palabras a partir da frase "Such sweet sorrow", incluída no texto de Shakespeare.

ferramentas dixitais que propón este texto e a súa posta en escena. Ou deberíamos chamarlle *posta en rede*?

En primeiro lugar, por que *Twitter*? *Twitter* é neste momento a rede máis de moda e a segunda máis popular despois de *Facebook*. En marzo de 2011 superaba os 200 millóns de usuarios en todo o mundo (*Facebook* ten máis de 500), e dise destes usuarios que teñen un perfil cultural e tecnolóxico máis alto que os da rede creada por Mark Zuckerberg, tal vez por iso se trata dunha rede que goza de máis prestixio no mundo cultural, onde xa son moitos os axentes (escritores, cineastas, editoriais, institucións, etc) que teñen perfil en *Twitter* cando non están verdadeiramente enganchados ao seu uso. Por exemplo, as celebridades da cultura popular, desde estrelas do *pop* a futbolistas, están a se mover no *Twitter* como peixe na auga, pola súa sinxeleza, proximidade e comunicación horizontal co público, co que poden compartir pensamentos sinxelos e íntimos ou fotografías da súa vida cotiá.

En canto ao seu funcionamento, fálase de *Twitter* como unha modalidade de *microblogging*, xa que consiste en publicar *microposts* de non máis de 140 caracteres, o que obriga á rapidez, á brevidade e á frescura do que se escribe, a medio camiño entre o *chat* e os *SMS*. Polo tanto estamos a movernos no terreo da ‘oralidade escrita’ que se popularizou na última década e que xa desenvolveu unha serie de códigos propios, como os *smileys*, as abreviaturas ou os acrónimos, que facilitan expresar máis cousas en menos espazo. Neste sentido, o compoñente de mobilidade de *Twitter* é moi importante, xa que é unha rede que se presta especialmente –máis ca *Facebook*– a usarse dende os teléfonos móbiles, co cal todo o que se conta é moi inmediato. Unha persoa non conta, coma nun *blog*, que foi a un concerto e que o pasou moi ben, senón que desde o mesmo concerto pode contar o que está vivindo, e engadir-lle unha foto sacada no momento para compartila cos seus contactos en tempo real. Fiquemos con estes conceptos de instantaneidade, ubicuidade e tempo real, que serán moi importantes á hora de analizar as claves narrativas que nos brinda este novo medio.

Deste xeito a *Royal Shakespeare Company*, que se dedica a producir infinitas versións e adaptacións de Shakespeare, e que ten como unha das súas misións facer chegar o autor renacentista ás novas xeracións, decidiu que o *Twitter* era un bo lugar para experimentar e poñer en acción uns *Romeo e Xulieta* contemporáneos. E, do mesmo xeito que adoita contratar a reputados dra-

maturgos e directores escénicos nas súas producións, nesta ocasión contratou os servizos dunha axencia creativa de novos medios, *Mudlark*, que escribiu o guión adaptado do que se valeron os actores para traballar, ao tempo que deseñaron a arquitectura narrativa, a interface da web, etc. Da dirección encargouse unha directora do equipo da *Royal Shakespeare Company*.

Como o fixeron?

A dinámica era a seguinte: cun elenco reducido a seis actores, cada un deles levaba a conta de *Twitter* do seu personaxe, e escribía os seus propios *tweets*, a partir dun guión previo, no que se establecía o argumento e as accións para cada día pero no que os diálogos non estaban escritos. Este guión contiña unha especie de Biblia con toda a bagaxe de cada personaxe, e un diario para cada un deles no que se prevía a evolución do que vivían ou sentían cada día, para que foran eles quen os puxesen en *tweets*. Estes chíos debían saír deles de forma fresca e improvisada, froito do diálogo cos outros personaxes, e, o que é máis interesante, cos usuarios que os seguían, e que podían interactuar con eles en calquera momento.

326

E todo tiña que pasar en tempo real. Isto é, se os personaxes ían de festa o venres pola noite, tiñan que *tuitear* ese venres pola noite que estaban nunha festa e contar detalles dela, subindo tamén fotografías instantáneas deles no lugar onde era a festa. Ou se estaban almorzando e se sentían contentos ou tristes, debían comentar iso na hora do almorzo. Polo tanto estamos diante dunha función que tiña moito de performativa, xa que os actores estaban nos lugares onde debían estar, con todas as trampas e enganos que permiten para isto as redes sociais, das que tampouco quixeron fuxir os actores nin forzar demasiado esa ubicuidade: non era necesario.

En canto ao tempo narrativo, unha das cousas que permitía este novo medio en tempo real era que o tempo da historia e o tempo do discurso fosen o mesmo, comezando a acción o 10 de abril de 2010 e baixando o *pano* co último *tweet* o 13 de maio, case cinco semanas despois.

Os espectadores da función, por suposto, tiñan que seguir as accións e diálogos dos personaxes tamén en tempo real durante este período. No mecanismo de *Twitter* está contemplado que cada usuario siga a outros usuarios

subscribíndose, por dicilo así, ao que eles *tuiteen*, de xeito que cada vez que actualicen o seu estado o usuario os vexa na súa liña de tempo, qué a súa páxina de entrada a esta rede. Así mesmo, cada usuario ten tamén os seus *followers* ou subscriptores. No caso de *Such Tweet Sorrow*, o xeito de seguir a función era facéndonos *followers* dos seis personaxes, integrándoos na nosa liña de tempo, a mesma desde a que seguíamos os nosos amigos, gurús ou famosos favoritos. Polo tanto, a maneira na que os actores tiñan que expresarse tiña que parecerse o máximo posible a como o fan os mozos da súa idade nese medio, con tanta naturalidade que ben podían pasar desapercibidos na liña de tempo de calquera usuario como un amigo máis, sen decatarnos que estabamos ante personaxes de ficción, nin máis nin menos que os mesmísimos Romeo Montesco e Xulieta Capuleto. A efectos do Twitter, @julietcap16 e @romeo_mo.

Unha das claves desta reescritura, e un dos seus logros, estaba na elaboración dos personaxes. Había que reescribilos confeccionándolles toda unha personalidade acorde co tempo e lugar no que vivían, unha cidade inglesa (indefinida) do 2010. Así, @julietcap16 descríbese nos Dramatis Personae que podemos ver na web do proxecto como unha rapaza de 15 anos que vai ao instituto, á que lle gusta tocar a guitarra, xogar á *DS* e todo o relacionado coa saga *Crepúsculo*. De feito, nun dos seus primeiros chíos colga unha foto do seu ídolo adolescente –e o de millóns de rapazas–, o actor que encarna no cine o protagonista da saga, Robert Pattinson. Tamén se nos di que nunca tivo mozo, que vive co seu pai, que é bastante estrito, e coa súa madrasta. A nai morreu hai anos nun accidente de coche no que, como saberemos despois, a familia Montesco tivo algo que ver. O que se nos di de @romeo_mo é que ten 19 anos e o seu lema é “vive o momento”. Vive cos pais, que lle deixan bastante liberdade e el ben que a aproveita. Gústalle xogar ao *Call of Duty* na *Xbox* e ir ao *pub* co seu amigo Mercutio. Fuma marihuana e vai a recitais de poesía. Odia o fútbol e os Capuleto.

Na web que prepararon os estudos *Mudlark*, ademais de coñecer as claves dos personaxes, ofrécesenos unha información dos actores, guionistas e directora da obra, entre outra moita información adicional de apoio ao texto principal do *Twitter* e dende a que, rematada a experiencia, podemos ver como se fixo. Grazas a esta información puidemos coñecer os actores que participaban mellor do que se adoita facer nunha produción teatral convencional. Esta información era importante para saber que se trataba de actores tamén moi novos e necesariamente familiarizados con internet e os novos xeitos de co-

municarse da mocidade nas redes sociais. Tiñan que coñecer ben o medio para actuar nel con naturalidade e realismo, unha das claves do experimento. Por exemplo, é moi realista a presentación do personaxe de Xulieta, cando chega a *Twitter* por primeira vez e escribe a primeira frase, que é o típico primeiro *tweet* de calquera novato: “*Hello Twitter! OK so... how does this work?*”.

É curioso como o primeiro *tweet* de Xulieta aparece ao terceiro día, e que nos primeiros a súa irmá Jess e Mercutio xa *tuitean* coma se levaran moito tempo. Romeo aínda está por aparecer. A irmá dálle a Xulieta a típica benvida e o primeiro que pregunta Xulieta ao aparecer é se Robert Pattinson, o actor de *Crepúsculo*, ten *Twitter* tamén. A irmá pásalle un *link* a unha web de *celebrities*. A entrada “en escena” de Romeo tamén é interesante. Unha das primeiras cousas que fai é seguir un *meme*: *#top5placesiwant2visitb4idie*. E ata fai comentarios sobre a actualidade do que estaba a acontecer eses días de abril, como a explosión do volcán en Islandia que bloqueou o espazo aéreo europeo e especialmente o británico.

Tomar estes elementos da realidade e do acontecer diario era fundamental para facer desta performance algo vivo e aberto á improvisación, ao tempo que os personaxes se mimetizaban co medio. Do que se lles podería acusar é dunha excesiva logorrea: os personaxes monolocaban e dialogaban no *Twitter* máis que o común dos usuarios. Hai se cadra un exceso de texto, percébe-se certo horror vacui ou medo a que a historia non quede suficientemente contada e subliñada. Aínda así, non todo é texto: como calquera usuario de *Twitter*, usan fotografías quitadas co móbil, vídeos de *Youtube* que tamén fan co móbil, e ata usan outras redes sociais, en todo un exercicio do que poderíamos chamar *transmedia* sen saír do *medio* internet. Por exemplo, cando Xulieta crea o evento da súa festa de aniversario en *Facebook*, o seu amigo Lawrence faille unha *playlist* de música para pinchar na festa usando servizos colaborativos na rede como *Spotify* e *Last.fm*, e pídelles aos usuarios que lles suxiran temas para meter nesa *playlist*...

O interesante deste despregamento de ferramentas é que todos estes elementos teñen tamén unha función narrativa importante. Vaiamos ao final da traxedia: Romeo entérase polo *Twitter* de que Xulieta se suicidou porque ve unhas fotos que puxo ela o día anterior nas que aparece un veneno falso, e entón decide facer o mesmo suicidándose de verdade. Era moi importante que os novos medios non só servisen como soporte á acción xa coñecida, se-

nón que fosen clave na propia acción. Neste caso e máis que nunca, o medio era a mensaxe. E así con moitos máis exemplos que inzan a trama desde o principio.

Por último, non podemos deixar de lado a participación dos usuarios que estas ferramentas favorecen, e sen a cal non se podería considerar este novo medio en toda a súa dimensión. Neste caso búscase a interacción dos usuarios basicamente nos diálogos, pois todo canto digan os personaxes no Twitter é susceptible de ser respostado ou *retuiteado*, segundo mandan as convencións do xénero. Polo tanto os actores podían dialogar co seu público, a maioría das veces sobre temas banais do día a día, pero o público pouca marxe tiña para intervir na trama. Isto era Romeo e Xulieta e tiña que acabar como tiña que acabar. Pero a interacción era efectiva a efectos de involucrar o espectador e obter a súa complicidade. O personaxe que máis asumía esta función era Mercutio, o mellor amigo de Romeo, que era o máis ligón e o que máis dialogaba cos espectadores mesmo meténdose con eles e bromeando en moitas ocasións. Ademais diso xa vimos que tamén se convidaba ocasionalmente o usuario a participar colaborando nos “extras” da función e integrando nos diálogos dos personaxes boa parte da conversa que se xeraba arredor da mesma, facéndolles desde consultas ata chiscadelas variadas.

329

Conclusiones. Posibilidades da narrativa transmedia feita dende as redes sociais

A partir deste primeiro experimento, un dos máis ambiciosos que se levan feito ata agora para levar un relato coñecido ao *Twitter*, podemos vislumbrar algunhas das posibilidades que estes novos medios están ofrecendo para crear un novo xeito de contar historias, ou polo menos unha maneira de enriquecelas en atención ao que os novos públicos demandan.

En primeiro lugar, a transmedialidade dentro do propio soporte internet. Se a estratexia transmedia se basea en distribuír distintos elementos da narración ao longo de distintos medios (tradicionalmente, o cine, os libros, a televisión, os videoxogos... e internet como un medio máis) e, como apuntamos antes, nos atrevemos a considerar tamén “medios” as distintas ferramentas de comunicación que se desenvolven dentro de internet, cremos que poderíamos chegar a falar de “transmedia dentro do transmedia”, pois a com-

binación de tales medios (*Twitter*, *Web*, *Youtube*, *Spotify*...) axudan a expande-
r o universo narrativo, facendo o relato máis complexo e rico no seu discurso.
E cumprindo un dos obxectivos depositados nesta narrativa transmedia: ter
maior capacidade para cautivar a audiencia e enganchar a cada potencial lec-
tor/espectador/usuario pola presenza nos lugares onde este xa se comunica e
elabora o seu relato diario, e onde deposita cada vez máis a súa atención, sen
ter que dedicarlle demasiado tempo ou concentración.

En segundo lugar engadimos a isto as posibilidades de participación que
se lle outorgan a este usuario. O público pode participar da historia como
un personaxe –ou neste caso máis ben un figurante– máis, e provocar que os
personaxes interactúen con eles, intervindo nos diálogos, aínda que xa vimos
neste “*Romeo e Xulieta*” que a capacidade de intervir na acción era moito
maior, e seguramente tampouco era moi botada en falta polo espectador.

E engadamos como terceiro e último dos grandes abanos de posibilidades,
o da tematización. O uso das propias tecnoloxías aparecen inevitablemente,
polo menos nesta era precursora das narrativas dixitais na que vivimos, como
tema e elemento moi importante nas accións e desenvolvemento dos per-
sonaxes, meténdoos en peripecias impensables só uns anos antes cando non
existían estas ferramentas. Esta metalinguaxe, por outra parte moi propia de
cada medio nos seus inicios, consegue tamén engadirlle realismo e proximi-
dade á adaptación, e o elemento de contemporaneidade que en cada época as
distintas reescrituras lle outorgaron a esta historia.

Cales son, por tanto, os novos camiños que se nos abren? Por un lado,
a ficción orixinal ten por explorar todas as posibilidades antes comentadas
para crear relatos que consigan captar a atención dos máis novos nesta época
de multipantalla. Tanto a industria como algúns autores están empezando a
facer experimentos. Coñecemos na península a experiencia de *Serial Chicken*,
a primeira novela creada para *Twitter*, escrita en catalán e castelán por Jordi
Cervera en xaneiro do 2010 con ocasión do festival BCNegra, e que xerou
interese máis por ser a primeira que pola súa calidade ou aproveitamento do
medio. E a finais do mesmo ano Tim Burton iniciou unha experiencia máis
interesante de relato colaborativo, recuperando unha vella historia que tiña
escrita e pedindo a axuda dos seus fans para desenvolve-la e quen sabe se a
partir de aí crear o guión da súa seguinte película. O experimento conta con
máis de dez mil seguidores en *Twitter*. Os personaxes de *Such Tweet Sorrow*

non chegaron aos 5000, e tendo en conta que se trataba de teatro tampouco estaba nada mal.

Ábrense tamén novos camiños para o propio ciclo adaptativo de Romeo e Xulieta. E tras o breve repaso aquí feito teremos que preguntarnos: despois de *Twitter*, que é o seguinte? Sabemos que a compañía *Chévere* de Santiago de Compostela está a desenvolver a súa propia versión interactiva da obra de Shakespeare, co título provisional *Amores Prohibidos 2.0*, pero aínda non se coñecen os detalles nin os medios que utilizarán.

E por suposto, ábrense camiños para a adaptación doutras obras. *Such Tweet Sorrow* fíxose dunha maneira determinada, figurámonos, pola orixe teatral do texto. A adaptación tivo por tanto moito de performativa, sustentada sobre todo no traballo dos actores. Pero queremos imaxinar que hai outras maneiras de usar este medio para contar historias, que virán marcadas polo uso distinto das voces narrativas, pola interactividade, polo uso de distintos soportes, e seguramente irá evolucionando cara á mobilidade e á xeolocalización, creando narracións tamén performativas pero nas que serán os propios usuarios os que vivan a historia e a protagonicen mentres a van contando polo *Twitter*, no que tamén terá moito de xogo e, por qué non, de videoxogo. En calquera caso estes experimentos virán, xa se estarán empezando a pensar e a desenvolver en calquera parte do mundo, e estamos desexando coñecelos.

María Yáñez Anllo

Universidade de Santiago de Compostela

Bibliografía

- Abuín González, Anxo. 2008. “Teatro y nuevas tecnologías: conceptos básicos”, en *Signa: Revista de la Asociación Española de Semiótica*, (17), p. 29-56. Disponible en <<http://e-spacio.uned.es/fez/view.php?id=bibliuned:signa-2008-17-0002>>
- (2010). “Don’t talk, just do it. La palabra frente a la imagen o el monólogo como problema (El caso de las adaptaciones shakesperianas)”, en *Reescrituras fílmicas: Nuevos territorios de la adaptación*. Salamanca: Universidade de Salamanca.
- Balló, Jordi e Xavier Pérez. 1997. *La semilla inmortal. Los argumentos universales en el cine*. Barcelona: Anagrama Ensayo.

Manovich, Lev. 2005. *El lenguaje de los nuevos medios de comunicación. La imagen en la era digital*. Barcelona: Paidós.

Murray, Janet. 1999. *Hamlet en la Holocubierta*. Barcelona: Paidós.

Ryan, Marie-Laure. 2006. *Avatars of History*. Minneapolis: University of Minnesota Press.

Sitios Web:

Such Tweet Sorrow, a web oficial da obra. <<http://suchtweetsorrow.com/>>

Canadian Adaptations of Shakespeare Project, un proxecto de investigación realizado en Canadá que ten moitísima documentación e estudos feitos sobre as distintas adaptacións de Shakespeare naquel país, cunha interesante introdución ás adaptacións existentes de *Romeo e Xulieta*. <<http://www.canadianshakespeares.ca/>>

Shakespeare in Europe, directorio de recursos da Universidade de Basel, en Suíza, que recolle todo o que hai na rede sobre adaptacións de R&X. <<http://pages.unibas.ch/shine/linkstragromeowf.html>>

332

Wikipedia, entradas sobre Romeo e Xulieta e as súas diversas adaptacións. <http://en.wikipedia.org/wiki/Romeo_and_Juliet>

Tim Burton's cadavre exquis, sitio web do experimento de relato colaborativo en Twitter de Tim Burton. <<http://burtonstory.com>>