

Tendencias de las adaptaciones *versus* estrenos cinematográficos en la sociedad de la banda ancha: análisis comparativo

Adaptations *versus* original film premieres trends in broadband society: a comparative analysis

Joan-Francesc Fondevila-Gascón; Gaspar Berbel-Giménez; Cristian Blanco

Note: This article can be read in its English original version on:
<https://revista.profesionaldelainformacion.com/index.php/EPI/article/view/87081>

Cómo citar este artículo.

Este artículo es una traducción. Por favor cite el original inglés:

Fondevila-Gascón, Joan-Francesc; Berbel-Giménez, Gaspar; Blanco, Cristian (2023). "Adaptations *versus* original film premieres trends in broadband society: a comparative analysis". *Profesional de la información*, v. 32, n. 2, e320214.

<https://doi.org/10.3145/epi.2023.mar.14>

Artículo recibido el 28-07-2022
Aceptación definitiva: 23-01-2023



Joan-Francesc Fondevila-Gascón

<https://orcid.org/0000-0002-6587-939X>

Escola Universitària Mediterrani-
Universitat de Girona
Blanquerna-Universitat Ramon Llull y Cecable
Rocafort, 104
08015 Barcelona, España
jf.fondevila@mediterrani.com ✉



Gaspar Berbel-Giménez

<https://orcid.org/0000-0002-9042-2922>

Escola Universitària Mediterrani-
Universitat de Girona
Rocafort, 104
08015 Barcelona, España
gaspar.berbel@mediterrani.com



Cristian Blanco

<https://orcid.org/0009-0004-2281-4213>

Escola Universitària Mediterrani-
Universitat de Girona
Rocafort, 104
08015 Barcelona, España
criscros29@gmail.com

Resumen

En la era de la sociedad de la banda ancha, el *cloud journalism* y el *streaming*, la industria del cine está intentando modificar los canales tradicionales de distribución. La adaptación de clásicos literarios era una de las prácticas más extendidas para conseguir material conocido y de calidad de cara a nuevas producciones. El objetivo de esta investigación es conocer empíricamente qué diferencias suponen para las mayores productoras y distribuidoras de la industria elegir entre adaptar material previo o crear una película totalmente nueva, considerando los beneficios que aportan las adaptaciones. La metodología es comparativa y cuantitativa, y consiste en una recopilación de datos de las películas de las cinco distribuidoras más importantes (*Universal*, *Warner Bros*, *Disney*, *Sony* y *Paramount*) desde 2010 hasta 2019, y en un análisis de las variables para detectar las tendencias del mercado en relación con las adaptaciones durante esa década. Se observa un mayor porcentaje de adaptaciones, y correlación entre adaptación y género cinematográfico, distribuidor y género, adaptación y premios, premios y género, y género y valoración del film, así como entre distribuidora y el presupuesto medio, adaptación y presupuesto, adaptación y recaudación en fin de semana de apertura, género y beneficios, adaptación y recaudación mundial, puntuación y recaudación mundial, y premios y recaudación mundial, pero no entre adaptación y beneficio y umbral de rentabilidad. Se concluye que, a pesar de que la tendencia del uso de esta práctica no ha aumentado en los últimos años, supone una gran ventaja frente al estreno de una nueva propiedad intelectual.



Palabras clave

Industria cinematográfica; Adaptaciones; Películas; Cine; Estrenos cinematográficos; Audiovisual; Mercado audiovisual; Comunicación; Distribución; Géneros; Recaudación; Rentabilidad; Beneficios; *Universal*; *Warner Bros*; *Disney*; *Sony*; *Paramount*.

Abstract

In the era of the Broadband Society, cloud journalism, and streaming, the film industry is trying to modify traditional distribution channels. The adaptation of literary classics was one of the most widespread practices to obtain well-known, quality material for new productions. The objective of this research is to understand empirically what differences are involved in industry's major production and distribution companies' choice between adapting preexisting material or creating an entirely new film, as well as the benefits of adaptations. The methodology is comparative and quantitative, consisting of collecting data on films from the five major distributors (*Universal*, *Warner Bros*, *Disney*, *Sony*, and *Paramount*) from 2010 to 2019 and analyzing variables to detect market trends related to adaptations during that decade. We observed a higher percentage of adaptations as well as correlations between adaptations and film genre, distributor and genre, adaptations and awards, awards and genre, and genre and the film's evaluation, as well as between distributor and average budget, adaptations and budget, adaptation and opening weekend box office takings, genre and profit, adaptations and worldwide box office revenues, ratings and worldwide box office takings, and awards and worldwide box office takings; however, this was not observed between adaptation and profit and the breakeven point. It is concluded that, despite the fact that the trend of using this practice has not increased in recent years, it provides a great advantage compared with debuting new intellectual property.

Keywords

Film industry; Adaptations; Films; Cinema; Film premieres; Audiovisual; Audiovisual market; Communication; Distribution; Genres; Box office; Profitability; *Universal*; *Warner Bros*; *Disney*; *Sony*; *Paramount*.

1. Introducción

El consumo audiovisual a través de diversos medios necesita fuentes de contenido constantes. La industria del cine es un eje de producción esencial en el ámbito audiovisual, en sus diferentes vertientes. La creación constante de contenidos, o *cloud journalism* (Fondevila-Gascón, 2010), es un factor esencial en la sociedad de la banda ancha (Fondevila-Gascón, 2013), que requiere un gran ritmo de aportación de creaciones, y las facilita a partir de medios de comunicación y terminales cada vez más numerosos y adaptables.

La industria cinematográfica no es ajena a ello, e intenta responder a la oleada de nuevas opciones de recepción por parte del consumidor: televisión no lineal, streaming (Karim, 2019), vídeo bajo demanda, plataformas digitales o *Hybrid broadcast broadband television* (Fondevila-Gascón et al., 2021a), que se suman a algunas con más trayectoria, como la televisión por cable (Fondevila-Gascón, 2004). Ante esta exigencia, refrendada en los reenfoces estratégicos de la industria (Von-Rimscha; Wikström; Naldi, 2014; Mikos, 2017), incluso desde China (Díaz-Cintas; Zhang, 2022), académicamente es relevante plantearse la tipología de contenidos y narrativas que pueden ser más adecuados y rentables. En esa coyuntura surge el debate entre adaptaciones y producciones propias, intensificado en los últimos años (Lock; Verevis, 2012; Smith, 2017).

2. Marco teórico

El origen de la adaptación acompaña al cine, fenómeno emparejado con la Revolución Industrial. Los avances tecnológicos, económicos y culturales coincidieron con la diversificación del arte y la creación del cine, inspirado en los *tableaux vivants*, la danza, la mímica, la fotografía y el teatro. Este fenómeno fue identificado en los catálogos de publicidad de las obras de *East Lynne* (1902) - *Home again, abandoned* (Elliott; Marsh, 2002). Las imágenes en movimiento eran al principio un gran atractivo (Bluestone, 1968, p. 6).

Antes del cine existían las adaptaciones en pintura, literatura, teatro o música (Alqadi, 2015). Actualmente, las adaptaciones inundan los juegos de ordenador (Papazian; Sommers, 2013) o los parques temáticos (Baldwin-Lind, 2016), además de radio y televisión (Leitch, 2017). Asimismo, surgen plataformas vanguardistas que permiten la inmersión completa en una imagen, como la realidad virtual (Grau, 2003). La adaptación es una obra directamente relacionada con otra anterior, pero sin replicarla en su totalidad. Normalmente existe un grado de réplica, pero manteniendo su esencia, es decir, que el espectador reconozca que es una adaptación de cierta obra. La adaptación presenta numerosos enfoques, en función de los autores:

- producto: transposición de una obra a otra, incluyendo la posibilidad de cambiar el medio o incluso el género al que se traduce la adaptación;
- procedimiento: reescribir una historia con el fin de transmitirla a las nuevas generaciones sin necesariamente contar con un proceso creativo detrás, como leyendas urbanas o tradicionales;
- adaptación con relación al escrito original: la intertextualidad que mantiene la obra traducida con la original (Cattrysse, 1997).

ción media de los usuarios ($\chi^2_{\text{Kruskal-Wallis}} = 78,99; p < 0,0001$). De los 653 casos, la media de valoraciones es de 6,62 puntos, la mediana es igual a 6,50 puntos (tabla 5). El género que mejor valoración recibe es el drama, siendo muy superior al resto. Después encontramos aventuras y, muy por debajo, acción, comedia y el resto de los géneros estudiados. El género que es menos propenso a recibir premios es el de terror (tabla 6).

4.2. Impacto de las adaptaciones a nivel económico

Sobre adaptaciones e impacto económico, existe asociación entre la empresa distribuidora de la película y el presupuesto medio ($\chi^2_{\text{Kruskal-Wallis}} = 159,59; p < 0,0001$). *Sony Pictures* es la compañía que, de media (según datos de *IMDb*), menor presupuesto destina a las películas que distribuye, promediando tres veces menor presupuesto que la siguiente, *Universal Studios*. Le siguen *Warner Bros* y *Paramount Pictures*, muy cercanas entre ellas. Por último, debido al alto coste de producción de las películas de animación, se sitúa *Walt Disney* (tabla 7).

Respecto a si ser adaptación o no influye en el presupuesto destinado a las películas, también se demuestra asociación entre estas dos variables ($z = 6,48; p < 0,0001$). Las productoras destinan, de media, un 60,8% más de presupuesto a las adaptaciones que a las producciones originales (tabla 8). También se confirma la relación entre ser una adaptación y la recaudación en el fin de semana de apertura ($z = 2,65; p = 0,008$), con diferencia de recaudación del 13% en favor de las adaptaciones frente a las producciones originales (tabla 9).

Sobre el impacto de las adaptaciones en los beneficios de las películas (gráfico 4), el 85,9% de las analizadas superan en la recaudación final su presupuesto, por lo que se puede considerar que estos films generan beneficio, aun sin considerar los gastos de marketing, desconocidos. Sin embargo, no existe asociación entre adaptaciones y el hecho de superar el umbral de rentabilidad ($z = 1,60; p = 0,110$). El 86% de las adaptaciones generan beneficios, y el 85,8% de las producciones originales también, diferencia insuficiente como para identificar una asociación entre estos dos factores.

Respondiendo a la pregunta de cuánto más pueden recaudar las adaptaciones que las producciones originales, detectamos que las producciones originales llegan a recaudar, de media, un 7,8% más que las adaptaciones (tabla 10), aunque al cruzar estas variables no se observa diferencia significativa ($p = 0,110$).

Tabla 11. Género versus beneficios

Beneficio		Acción	Aventuras	Comedia	Drama	Terror	Otros
Pérdidas	n	18	5	29	34	1	2
	%	10,4%	5,3%	17,5%	22,7%	2,7%	20,0%
Beneficios	n	155	89	137	116	36	8
	%	89,6%	94,7%	82,5%	77,3%	97,3%	80,0%
Total	n	173	94	166	150	37	10
	%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Tabla 7. Distribuidor versus presupuesto

Distribuidor de la película vs Presupuesto de la película	n	Rango promedio
<i>Universal Studios</i>	176	304,93
<i>Warner Bros</i>	186	350,11
<i>Walt Disney</i>	70	446,83
<i>Paramount Pictures</i>	123	340,09
<i>Sony Pictures</i>	75	91,58
Total	630	

Tabla 8. Adaptación versus presupuesto

¿Es la película una adaptación de un material previo? vs Presupuesto de la película	n	Rango promedio
Sí	328	360,58
No	302	266,53
Total	630	

Tabla 9. Adaptación versus recaudación de apertura

¿Es la película una adaptación de un material previo? vs Recaudación en el fin de semana de apertura	n	Rango promedio
Sí	338	342,06
No	308	303,13
Total	646	

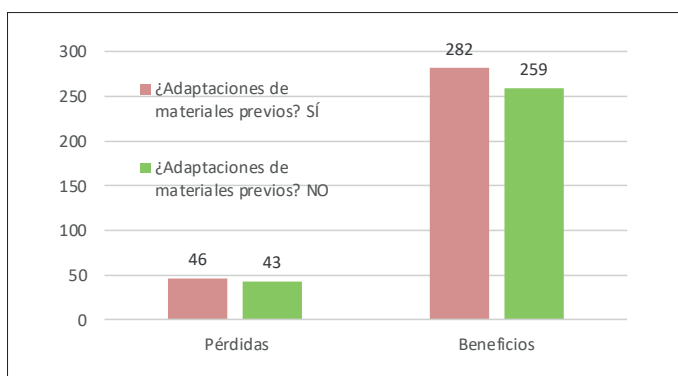


Gráfico 4. Películas que han aportado beneficios: adaptaciones y nuevas IP

Tabla 10. Adaptación versus ROI

¿Es la película una adaptación de un material previo? vs ROI	n	Rango promedio
Sí	328	304,38
No	302	327,58
Total	630	

que en esta ocasión es ligeramente más fuerte que en el caso anterior. Cuando los premios recibidos por la película aumentan, mayor es la recaudación mundial de la misma (tabla 15).

Se parte de un predominio de la producción norteamericana, aunque la demanda creciente de contenidos está provocando una expansión a otros países

5. Discusión y conclusión

El objetivo principal de esta investigación consistía en analizar los beneficios que puede aportar una producción cinematográfica adaptada a través de los resultados obtenidos por empresas distribuidoras de cine en un período de tiempo concreto (2010-2019). Investigaciones previas (Bowler; Cox, 2009; Fondevila-Gascón *et al.*, 2021b; 2021c) habían asignado ventajas a las adaptaciones, como la relevancia y la popularidad de su matriz literaria y su diseminación en redes sociales, así como el factor determinante del presupuesto en el resultado final (Cattrysse, 1997; Camarillo, 2014). Asimismo, se parte de un predominio de la producción norteamericana (Crane, 2014), aunque la demanda creciente de contenidos está provocando una expansión a otros países (Buchsbaum, 2017).

En la presente investigación se respaldan con datos cuantitativos las conclusiones y las percepciones previas, de forma que se asigna a las películas adaptadas una ventaja inherente sobre las producciones que parten desde cero. En términos productivos, tan analizados métricamente en una sociedad de la banda ancha (Fondevila-Gascón, 2013) exigida en concepto de *cloud journalism* o flujo de contenidos (Fondevila-Gascón, 2010), observamos que las adaptaciones no siguen una tendencia exacta en ritmo de producción, aunque ésta era estable a lo largo del período abarcado (2010-2019). Tampoco se observa una cantidad de adaptaciones mucho más elevada que las películas que partan de cero, aunque se registra una leve mayoría de todas las películas estrenadas en este período (52,2%). Algunos géneros tienden más a ser adaptados que otros, con acción, aventuras y drama en vanguardia.

Las cinco empresas distribuidoras analizadas (líderes internacionales del sector) muestran una tendencia favorable a uno o varios géneros, de los que producen películas por encima del resto. Sobresale especialmente *Disney*, que se centra en el género de aventuras, en detrimento del resto. Ello no se relaciona con adaptaciones en este caso, de forma que se prioriza la rentabilidad por delante de la raíz creativa de la producción.

En esta línea, estas tendencias no están relacionadas con la posible generación de retorno de la inversión, ya que el 85% de las películas alcanzan beneficios, sin relación aparente con el género al que pertenecen. Se puede interpretar que la industria es utilitarista, y que no existe una estrategia para promover un tipo de producción u otro, sino que priman los resultados. Ello va más allá que otros hallazgos, como el hecho de que las adaptaciones sean más laureadas que las nuevas producciones. También aumentan los premios recibidos y la puntuación media obtenida por las películas según su género: comedia, drama y adaptación son los géneros más premiados y mejor puntuados.

Desde una perspectiva económica, se observan grandes ventajas de las adaptaciones frente a las nuevas propiedades intelectuales. Las películas basadas en adaptaciones reciben de media un presupuesto un 60,8% mayor que las no adaptaciones. Por el contrario, no se demuestran diferencias significativas entre las adaptaciones y si éstas obtienen beneficios o el retorno de la inversión logrado.

Sin embargo, en recaudación neta, las adaptaciones obtienen beneficios significativamente superiores en los tres tipos de recaudaciones medidas. La recaudación doméstica es la menos acentuada (un no desdeñable 33,9% más de beneficios que las nuevas producciones). En recaudación mundial (un 36,5% más) y en recaudación del fin de semana de apertura (un 45,6% mayor) se confirma la tendencia. Así, en el fin de semana de apertura, de media, las adaptaciones recaudan 9,6 millones de dólares más que sus homólogas no adaptadas. En recaudación doméstica recaudan 24,5 millones más, y en ámbito internacional, 66,7 millones más. De ahí se infiere que la industria cinematográfica, en aras de obtener más beneficios, debería intensificar la apuesta por las adaptaciones. Esa es una aportación de transferencia de conocimiento que brota de la presente investigación, y que puede alumbrar cambios de tendencia en los tipos de producción cinematográfica.

Por último, también se observa una correlación significativa entre la variable adaptación y las variables puntuación y premios, aunque en los dos casos la correlación es débil. En general, cuanto mayor es la recaudación, mejor valoradas están las películas y más premios reciben.

Como limitaciones de la investigación, se puede ampliar la cohorte seleccionada, y además se pueden incorporar datos concretos de inversiones inherentes a las producciones cinematográficas, como los recursos de marketing. Ello alumbraría posibles líneas futuras de investigación, en términos geográficos (analizar datos por países y continentes, incluso de forma comparativa) y temporales (rastrear las mismas variables cada decenio, por ejemplo).

En definitiva, adaptar un material literario previo arroja ventajas para las productoras cinematográficas a la hora de plantearse apostar por la adaptación en detrimento de las propiedades intelectuales desde cero. No solo se obtienen mayores beneficios económicos de forma clara, sino que las adaptaciones tienden a ser más pre-

Se puede interpretar que la industria es utilitarista, y que no existe una estrategia para promover un tipo de producción u otro, sino que priman los resultados

miadas y mejor valoradas, lo que puede influir positivamente de manera retroactiva a las adaptaciones. Si ello se combina además con una estrategia mediante la cual la productora se especializa en un determinado género de películas, se obtienen resultados óptimos. En términos industriales de transferencia de conocimiento, se recomienda a las productoras cinematográficas adaptar material literario previo que haya logrado un cierto grado de repercusión, ya que resultará beneficioso en la mayoría de los indicadores tangibles.

Desde una perspectiva económica, se observan grandes ventajas de las adaptaciones frente a las nuevas propiedades intelectuales, pues las primeras reciben de media un presupuesto un 60,8% mayor

6. Referencias

- Alqadi, Khalid** (2015). "Literature and cinema". *International journal of language and literature*, v. 3, n. 1, pp. 42-48. <http://ijll-net.com/vol-3-no-1-june-2015-abstract-6-ijll>
- Anushirvani, Alireza; Alinezhadi, Ehsan** (2016). "An analytical study of 2013 cinematic adaptation of *The great Gatsby*". *International letters of social and humanistic sciences*, v. 68, pp. 73-85. <http://doi.org/10.18052/www.scipress.com/ILSHS.68.73>
- Baldwin-Lind, Paula** (2016). *Telling and re-telling stories: studies on literary adaptation to film*. Cambridge: Newcastle upon Tyne. ISBN: 978 1 4438 8881 3
- Bluestone, George** (1968). *Novels into film*. Baltimore: The Johns Hopkins Press. ISBN: 978 0 801 87386 7
- Boehm-Schnitker, Nadine; Gruss, Susanne** (2014). *Neo-Victorian literature and culture: immersions and revisitations*. Abingdon: Routledge. ISBN: 978 1 032 24287 3
- Bowler, Alexia L.; Cox, Jessica** (2009). "Introduction to adapting the nineteenth century: revisiting, revising and rewriting the past". *Journal of neo-Victorian studies*, v. 2, n. 2.
- Buchsbaum, Jonathan** (2017). *Exception taken: How France has defied Hollywood's new world order*. New York: Columbia University Press. ISBN: 978 0 231 17066 6
- Camarillo, Emmanuel** (2014). "Analysis of character translations in film adaptations of popular literature". *CMC senior theses*, paper 872.
- Cartmell, Deborah; Whelehan, Imelda** (1999). *Adaptations. From text to screen, screen to text*. Abingdon: Routledge. ISBN: 978 0 415 16738 3
- Cattrysse, Patrick** (1997). "Audiovisual translation and new media". In: Hodgson, Robert; Soukup, Paul A. (eds.). *From one medium to another*. New York: American Bible Society, pp. 45-67.
- Chagas, João** (2013). *Literature to cinema adaptation: the story of Count Dracula*. Vitória: Universidade Federal do Espírito Santo.
- Chatman, Seymour** (1980). "What novels can do that films can't (and vice versa)". *Critical inquiry*, v. 7, n. 1, pp. 121-140.
- Crane, Diana** (2014). "Cultural globalization and the dominance of the American film industry: cultural policies, national film industries, and transnational film". *International journal of cultural policy*, v. 20, n. 4, pp. 365-382. <https://doi.org/10.1080/10286632.2013.832233>
- Davis, Richard B.** (2009). *Exploring the factory: analyzing the film adaptations of Roald Dahl's Charlie and the chocolate factory*. Georgia: Georgia State University. <https://doi.org/10.57709/1238497>
- Díaz-Cintas, Jorge; Zhang, Juan** (2022). "Going global against the tide. The translation of Chinese audiovisual productions". *Babel*, v. 68, n. 1. <https://doi.org/10.1075/babel.00255.dia>
- Dudley, Andrew** (2000). "Adaptation". In: Naremore, James (ed.). *Film adaptation*. New Jersey: Rutgers University Press, pp. 28-37. ISBN: 978 0 813 52814 4
- Elliott, Kamilla** (2003). *Rethinking the novel/film debate*. Cambridge: Cambridge University Press. ISBN: 978 0 521 10750 1
- Elliott, Kamilla; Marsh, Joss** (2002). "The Victorian novel in film and on television". In: Brantlinger, Patrick; Thesing, William B. (eds.). *The companion to the Victorian novel*. Massachusetts: Blackwell Publishers Ltd., pp. 458-477. ISBN: 063122064X
- Fondevila-Gascón, Joan-Francesc** (2004). "Las redes de telecomunicaciones de cable histórico: realidad y tendencias". *Revista de comunicación de la SEECI*, v. 7, n. 11, pp. 67-89. <https://doi.org/10.15198/seeci.2004.11.67-89>

- Fondevila-Gascón, Joan-Francesc** (2010). "El *cloud journalism*: un nuevo concepto de producción para el periodismo del siglo XXI". *Observatorio (OBS*) journal*, v. 4, n. 1, pp. 19-35.
<https://obs.obercom.pt/index.php/obs/article/view/315>
- Fondevila-Gascón, Joan-Francesc** (2013). "Periodismo ciudadano y *cloud journalism*: un flujo necesario en la sociedad de la banda ancha". *Comunicación y hombre*, n. 9, pp. 25-41.
<https://portalderevistas.ufv.es/index.php/comunicacionyhombre/article/view/163>
- Fondevila-Gascón, Joan-Francesc; Mir-Bernal, Pedro; Barrientos-Báez, Almudena; Perelló-Sobrepere, Marc** (2021b). "Huella cinemática en las redes sociales: un análisis comparativo". *Fotocinema*, n. 22, pp. 427-445.
<https://doi.org/10.24310/Fotocinema.2021.vi22.11738>
- Fondevila-Gascón, Joan-Francesc; Mir-Bernal, Pedro; Perelló-Sobrepere, Marc; Polo-López, Marc** (2021c). "Interactivity in social media: a comparison in the movie studios sector". In: Martínez-López, Francisco J.; López-López, David (eds.). *Advances in digital marketing and ecommerce*. Cham, Switzerland: Springer, pp. 43-49. ISBN: 978 3 030 47594 9
- Fondevila-Gascón, Joan-Francesc; Rom-Rodríguez, Josep; Santana-López, Eva** (2015). "El sexismo y los estereotipos en la publicidad y en el cine. Análisis comparativo". En: Rodríguez-Terceño, José; Camarero, María-Emma (coords.). *La realidad audiovisual, la publicidad y las RRPP hoy*. Madrid: Cuicid 2015, pp. 366-380.
- Fondevila-Gascón, Joan-Francesc; Vidal-Portés, Eduard; Muñoz-Sánchez, Omar; Polo-López, Marc** (2021a). "Interactive advertising on HbbTV: an experimental analysis of emotions". *Sustainability*, v. 13, n. 14, 7794.
<https://doi.org/10.3390/su13147794>
- Gaffney, Maureen** (1981). "Evaluating attitude: analyzing point of view and tone in film adaptations of literature". *Children's literature*, v. 9, pp. 116-125.
<https://doi.org/10.1353/chl.0.0258>
- Geraghty, Christine** (2007). *Now a major motion picture: film adaptations of literature and drama*. Maryland: Rowman & Littlefield Publishers. ISBN: 978 0 7425 3821 4
- Girardi, Gherardo G. G.** (2013). "Using cinema to enhance the relevance of economics to students' lives". In: McIntosh, Paul; Warren, Digby (eds.). *Creativity in the classroom: Case studies in using the arts in teaching and learning in higher education*. Bristol: Intellect Books, pp. 43-56. ISBN: 978 1 841 50516 9
- Grau, Oliver** (2003). *Virtual art. From illusion to immersion*. Cambridge: MIT Press. ISBN: 0 262 07241 6
- Gutleben, Christian** (2001). *Nostalgic postmodernism: The Victorian tradition and the contemporary British novel*. Amsterdam: Rodopi. ISBN: 978 9 042 01297 4
- Hollands, Neil** (2002). *Adaptation of novels into film. A comprehensive new framework for media consumers and those who serve them*. Chapel Hill: University of North Carolina at Chapel Hill.
<https://doi.org/10.17615/14sx-gf50>
- Hutcheon, Linda** (2006). *A theory of adaptation*. Abingdon: Routledge. ISBN: 978 0 415 53938 8
- Karim, Sadaf** (2019). "Scope and impact of cinema advertising in the era of VoD and online streaming". *Allana Institute of Management Sciences*, v. 9, n. 1.
https://www.aimsjournal.org/abstract.php?article_id=6306
- Leitch, Thomas M.** (ed.) (2017). *The Oxford handbook of adaptation studies*. New York: Oxford University Press. ISBN: 978 0 199 33100 0
- Loock, Kathleen; Verevis, Constantine** (2012). *Film remakes, adaptations and fan productions*. London: The Palgrave Macmillan.
<https://doi.org/10.4000/inmedia.561>
- López-Gutiérrez, María-de-Lourdes; Nicolás-Gavilán, María-Teresa** (2015). "El análisis de series de televisión construcción de un modelo interdisciplinario". *Revista comhumanitas*, v. 6, n. 1, 22-39.
- Lothe, Jakob** (2000). *Narrative in fiction and film: an introduction*. Oxford: Oxford University Press. ISBN: 978 0 198 75232 5
- Mee, Laura** (2017). "The Hollywood remake massacre: adaptation, reception, and value". In: Kennedy-Karpat, Colleen; Sandberg, Eric (eds.). *Adaptation, awards culture, and the value of prestige. Palgrave Studies in adaptation and visual culture*. Cham: Palgrave Macmillan, pp. 193-209.
https://doi.org/10.1007/978-3-319-52854-0_11
- Mikos, Lothar** (2017). "Transmedia storytelling and mega-narration: audiovisual production in converged media environments. In: Sparviero, Sergio; Peil, Corinna; Balbi, Gabrielo (eds.). *Media convergence and deconvergence. Global transformations in media and communication research - A Palgrave and IAMCR series*. Cham: Palgrave Macmillan, pp. 159-175.
https://doi.org/10.1007/978-3-319-51289-1_8
- Monk, Claire; Sargeant, Amy** (2002). *British historical cinema*. Abingdon: Routledge. ISBN: 978 0 415 23810 6

- Mooney, William H.** (2021). *Adaptation and the new art film: Remaking the classics in the twilight of cinema*. Cham: Palgrave Macmillan. ISBN: 978 3 030 62933 5
- Papazian, Gretchen; Sommers, Joseph-Michael** (2013). *Game on, Hollywood! Essays on the intersection of video games and cinema*. Jefferson, North Carolina: McFarland & Company. ISBN: 978 0 786 47114 0
- Sanders, Julie** (2016). *Adaptation and appropriation*. Abingdon: Routledge. ISBN: 978 1 138 82898 8
- Seger, Linda** (1992). *The art of adaptation: turning fact and fiction into film*. New York: Henry Holt and Company. ISBN: 978 0 805016260
- Sinyard, Neil** (1986). *Filming literature: the art of screen adaptation*. Routledge: Croom Helm. ISBN: 978 1 138 96978 0
- Smith, Ian-Robert** (2009). *Cultural borrowings: appropriation, reworking, transformation*. Scope: Scope editorial. ISBN: 978 0 956 46410 1
- Smith, Ian-Robert** (2017). *The Hollywood meme. Transnational adaptations in world cinema*. Edinburgh: Edinburgh University Press. ISBN: 978 0 748 67747 4
- Varian, Hal R.** (2005). "Copying and copyright". *Journal of economic perspectives*, v. 19, n. 2, pp. 121-138. <https://doi.org/10.1257/0895330054048768>
- Verevis, Constantine** (2017). *Remakes, sequels, prequels*. Oxford handbooks online, Oxford. ISBN: 978 0 199 33100 0 <https://doi.org/10.1093/oxfordhb/9780199331000.013.15>
- Vidal, Belén** (2012). *Figuring the past: period film and the mannerist aesthetic*. Amsterdam: Amsterdam University Press. ISBN: 978 9 089 64282 0 <https://library.oapen.org/handle/20.500.12657/34467>
- Von-Rimscha, M. Bjørn; Wikström, Patrik; Naldi, Lucia** (2014). "European audio-visual production companies adapting to strategic challenges". In: DeFillippi, Robert; Wikström, Patrik (eds.). *International perspectives on business innovation and disruption in the creative industries*. UK: Elgaronline, pp. 66-87. ISBN: 978 1 783 47533 9 <https://doi.org/10.4337/9781783475346.00011>
- Wagner, Geoffrey-Atheling** (1975). *The novel and the cinema*. Rutherford, N. J.: Fairleigh Dickinson University Press. ISBN: 978 0 904 20880 1

