

Intertextualidad y expansión cinematográfica: El caso de las narraciones sobre ballenas

Un elemento importante de las narraciones cinematográficas ha sido la *intertextualidad*, puesto que, desde la década de 1970, el cine ha sido un arte de alusión construido narrativamente sobre los mecanismos de la intertextualidad desarrollados anteriormente en la literatura; por lo tanto, a pesar de tener sus inicios en la lingüística del siglo XX con los trabajos de Ferdinand de Saussure, fue popularizado años más tarde con el trabajo de Julia Kristeva, quien definió la intertextualidad como la transposición de un sistema de signos a otro, generando un cambio semiótico en el cual, todo texto, a su vez, está relacionado con otros a través de una red de *intertexto* y significados (Allen, 2011; Hiramoto & Park, 2012; Kristeva, 1980; Zavala, 1996, 2007).

No obstante, a pesar de las grandes aportaciones de Kristeva (1980), es posible afirmar que la intertextualidad no es el único tipo de relación que existe entre más de un texto, independientemente de su tipo, puesto que, de acuerdo con Genette (1989), este elemento es parte de un sistema de *transtextualidad*, en el cual, se complementa con otros cuatro tipos: (1) la paratextualidad, (2) la metatextualidad, (3) la architextualidad y (4) la hipertextualidad.

Se tiene como objetivo analizar las narraciones cinematográficas de: *Avatar: The Way of Water* (2022) y *In The Heart of the Sea* (2015), en las cuales, existe una conexión de textos, puesto que ambas giran alrededor de la caza y persecución de los cachalotes, lo que, al mismo tiempo, permite la continuación, adaptación y expansión de la obra *Moby Dick* (1851) a distintos medios.

En primer lugar, es importante considerar el *texto*, el cual, tradicionalmente estaba compuesto por las palabras o signos que, en su conjunto, formaban una obra literaria, sin embargo, a partir del estructuralismo y posestructuralismo, ha sido catalogado como el significado generado a través de las relaciones intertextuales entre distintos textos, las cuales, surgen a partir de la observación o utilización humana de los textos para un fin determinado, lo que sitúa al receptor como un ente activo, productivo y capaz de generar sus propias interpretaciones y significados de un proceso comunicativo (Allen, 2011; Zavala, 1996).

De esta manera, el punto de conexión entre *Avatar* y *In The Heart of the Sea* surge en los personajes, puesto que, a pesar de que la narrativa nos transporta a un espacio y tiempo distinto, en el cual, por un lado, nos encontramos en un planeta distinto con especies extraterrestres, mientras que, en el otro, nos adentramos en el siglo XIX, en ambos casos, las audiencias podemos

conectar y comprender la travesía de las ballenas, quienes se encuentran siendo amenazadas por un grupo de seres humanos, y a su vez, su inteligencia y astucia les permite confrontarlos, lo que las convierte en un ente activo que lucha por sobrevivir.

De acuerdo con Zavala (como se cita en Suárez-Noyola, 2013), la intertextualidad cinematográfica puede ser presentada en dos formas: (1) la presencia implícita de otros discursos cinematográficos en un texto, tal como es el caso de *Avatar*, en el cual, a pesar de no hacer una referencia directa a la obra literaria, es posible observar sus influencias en la escena en donde Payakan, de ser un objeto de caza, pasa a ser el cazador y ayuda a vencer al coronel, o bien, (2) a través de la presencia de un discurso extra cinematográfico al interior de un filme, tal como el caso de *In the Heart of the Sea*, en donde, de manera directa, se trabaja con el autor y el contenido de la obra de *Moby Dick*, expandiendo la narrativa e incluyendo, a través de un lenguaje audiovisual, citas de la obra, tal como el famoso “*Llamadme Ismael*” (Melville, 2004) al final de la película, creando un sistema de *transtextualidad* a través de dos medios.

Esta dinámica de conexión de textos a través de medios cinematográficos ha permitido amplificar las historias, darle un nuevo sentido y significado a narraciones que se habían quedado en el tiempo y así, abrir un espacio a la interpretación personal y subjetiva de las audiencias, quienes hoy en día, se adueñan del contenido mediático, lo viven, gozan y mueven a través de distintas plataformas, tal como es el caso de la franquicia *Avatar*, pues de acuerdo con Rivera-Nárvaez (2018), la primera película lanzada en 2009 es, al día de hoy, la película más exitosa en términos de recaudación a nivel global, pues cautivó a las audiencias y a la industria del entretenimiento con el regreso e innovación del formato 3D.

Referencias

- Allen, G. (2011). *Intertextuality* (2a. ed.). Abingdon: Routledge.
- Cameron, J. (Director). (2022). *Avatar: El camino del agua* [Película]. Estados Unidos: Walt Disney Studios Motion Pictures.
- Genette, G. (1989). *Palimpsestos: La literatura en segundo grado* (C. Fernández-Prieto, Trad.). Madrid: Taurus.

- Hiramoto, M. & Park, J. S. (2012). Media intertextualities: Semiotic mediation across time and space. En M. Hiramoto (Ed.) *Media intertextualities* (pp. 1-10). Ámsterdam: John Benjamins Publishing Company.
- Howard, R. (Director). (2015). *En el corazón del mar* [Película]. Estados Unidos: Warner Bros Pictures.
- Kristeva, J. (1980). *Desire in Language: A Semiotic Approach to Literature and Art*. Nueva York: Columbia University Press.
- Melville, H. (2004). *Moby dick*. Londres: Collector's Library.
- Rivera-Nárvaez, L. F. (2018). La intertextualidad cinematográfica contemporánea y el cine de género de los ochenta: El caso de Stranger Things. *Ventana Indiscreta*, (20), 34-41. doi: <https://doi.org/10.26439/vent.indiscreta2018.n020.2685>
- Skerry, B. (Productor), & Cameron, J. (Productor ejecutivo). (2021). *Secret of the Whales* [Documental]. Estados Unidos: National Geographic Channel & Disney+.
- Suárez-Noyola, G. (2013). Intertextualidad en el cine de Tim Burton. *La Colmena*, (80), 161-166.
- Zavala, L. (1996). Elementos para el análisis de la intertextualidad. *La Colmena*, (9), 4-15.
- Zavala, L. (2007). Del cine a la literatura y de la literatura al cine. *Casa del Tiempo*, 3(95), 10-13.

Datos del autor: **Cruz Alejandro Mejía Rodríguez.**

Departamento de Ciencias de la Comunicación.

Licenciado en Mercadotecnia por la Universidad de las Américas Puebla 2021. Es un gran apasionado de la investigación académica, la mercadotecnia y comunicación social, comercial, digital y política. Actualmente se encuentra cursando un posgrado en Comunicación y Medios Digitales en la Universidad de las Américas Puebla, mientras, a su vez, colabora en Estrátégika, una consultoría especializada en Mercadotecnia y Comunicación.

Contacto: cruz.mejiarz@udlap.mx