

RAE-IC, Revista de la Asociación Española de
Investigación de la Comunicación

vol. 9, núm. 17 (2022), 252-273

ISSN 2341-2690

DOI: <https://doi.org/10.24137/raeic.9.17.11>

Recibido el 1 de diciembre de 2021

Aceptado el 23 de febrero de 2022



El relato transmedia *Itaewon Class* (JTBC, 2020) entre la plataforma SVOD Netflix y la plataforma *webtoon* Tapas Media

Transmedia story Itaewon Class (JTBC, 2020) between SVOD platform Netflix and webtoon platform Tapas Media

Meléndez, Amelia

Universidad de Nebrija (SIGLAS)

amelende@nebrija.es

Forma de citar este artículo:

Meléndez, A. (2022). El relato transmedia *Itaewon Class* (JTBC, 2020) entre la plataforma SVOD Netflix y la plataforma *webtoon* Tapas Media. *RAE-IC, Revista de la Asociación Española de Investigación de la Comunicación*, 9(17), 252-273.

<https://doi.org/10.24137/raeic.9.17.11>

Resumen:

La plataforma SVOD Netflix acercó a la audiencia española a un abundante catálogo de títulos surcoreanos. Esta producción audiovisual de *Hallyuwood* forma parte de un fenómeno más amplio, la nueva ola surcoreana o *hallyu*, integrado también por el desarrollo particular de la industria del cómic en Corea del sur en *webtoons* que cuenta con sus propias plataformas de distribución transnacional de contenidos. Este artículo aborda el estudio de caso de la serie televisiva *Itaewon Class* (JTBC, Netflix, 2020) dirigida por Kim Sung Yoon a partir del *webtoon* homónimo distribuido por Tapas Media con la colaboración de su *webtoonist*, Kwan-Jin. El artículo contextualiza la evolución de

252

la tira cómica al *webtoon* y su empleo como fuente de *transmedia storytelling* en la literatura existente. Ese contexto precede un análisis de contenido, intertexto y de los personajes transmedia principales según el modelo propuesto para identificar los cambios en sus identidades existenciales y ficcionales consecuencia de su transformación táctica de *OSMU* a *transmedia storytelling*.

Palabras clave: Transmedia storytelling, Hallyuwood, webtoon, webtoonist, SVOD, OSMU.

Abstract:

The SVOD platform Netflix brought Spanish audiences closer to an abundant catalog of South Korean titles. This *Hallyuwood* audiovisual production is part of a broader phenomenon, the South Korean new wave or *hallyu*, also integrated by the development of the South Korean comic industry in webtoons that has its own transnational content distribution platforms. This article addresses the case study of the TV series *Itaewon Class* (JTBC, Netflix, 2020) directed by Kim Sung Yoon from the eponymous webtoon distributed by Tapas Media with the collaboration of its webtoonist, Kwan-Jin. The article contextualizes the evolution from comic strip to *webtoon* and its use as a source of *transmedia storytelling* in existing literature. This context precedes an analysis of content, intertext and main transmedia characters according to the proposed model to identify the changes in their existential and fictional identities as a consequence of their tactical transformation from OSMU to transmedia storytelling.

Keywords: Transmedia storytelling, Hallyuwood, webtoon, webtoonist, SVOD, OSMU.

1. INTRODUCCIÓN

El fenómeno de la distribución de contenido en *streaming* en plataformas de internet aportó a la oferta internacional de consumo audiovisual del espectador español el amplio catálogo surcoreano de Netflix. Éste es resultado de la alianza de la distribuidora

norteamericana y la nueva ola coreana o *Hallyuwood*. En él se distinguen *K-dramas* cuya base son *webtoons* como *Boys over flowers* (2009), *Misaeng* (2014), *Itaewon Class* (2020) y *Love Alarm* 1 y 2 (2020-2021).

El objetivo principal de este texto es analizar la serie televisiva surcoreana de la cadena JTBC *Itaewon Class* (2020), distribuida a nivel mundial como original de Netflix. El análisis se ocupará de la relación de esta serie con el *webtoon* homónimo originario debido al dibujante Jo Gwan-jin (o Kwan Jin) que alcanzó los 14 millones de suscriptores en el portal de internet Daum (Park, 2020). Un mínimo contexto histórico de la evolución de la historieta surcoreana hasta la emergencia del *webtoon* permitirá entender su confluencia de intereses con las plataformas de SVOD (*streaming video on demand*).

Se atenderá a la transmedialidad que registra, el trasvase de recursos del *webtoon* a la serie que refuerza la participación del propio dibujante en el guion de su adaptación televisiva.

2. DE WEBTOONS A SERIES DE PLATAFORMAS EN STREAMING.

El salto de la tira aparecida en 1909 al cómic se produjo en Corea en 1945. Las leyes anti-niponas no pudieron impedir la circulación del manga en el mercado negro desde los años 60 y su influencia que confrontó el manga y *manhwa* surcoreano. El distintivo nacional era el sentimiento tradicional '*han*': "fatalidad romántica, [...] en que se acepta el peor de los destinos por un bien común o por mantener una pequeña llama de esperanza" (Simon, 2012 en Fernández, 2018, p. 178).

A principios de los 90 aparecieron los *webcómic*s, historietas costumbristas de corte clásico en la web, exentas de la censura al cómic impreso ejercida por el Acta de Protección Juvenil de 1997. Eso permitió el éxito de títulos como *Sluggy Freelance*, *User Friendly* o *Penny Arcade* (Fernández, 2018, p. 183). Daewon, Saeoul y Haksan rentabilizaron en la web el *manhwa* impreso con versiones escaneadas llamadas *digital comic* (Jeong, 2020, p. 80).

El servidor de internet Chollian lanzó en agosto de 2000 Chollian Webtoon acuñando el término *webtoon* (mixto de *webcomic* y *cartoon*) e iniciando la presentación vertical

frente al usual formato panorámico para PC. Las primeras series como *Snow Cat*, *Marine Blues*, and *PapePopo Memories* eran historias autopublicadas del género *standalone slice-of-life* (Yun, 2019). Sus respectivos dibujantes Kwon Yoon-ju, Jeong Chul-Yeon y Shim Seung-hyun precedieron a *webtoonists* orientados en exclusiva a la publicación en plataformas web (Fernández, 2018, p. 184). A diferencia de *digital comics*, *webcomics*, *e-comics*, *comic online* o *Internet-based comics*, *web cartoons* y *flash cartoons* (Yecies, Shim, Yang, Zhong, 2020, p. 41) los *webtoons* son creaciones producidas, publicadas y consumidas online, con dibujos en color, transiciones de panel rápidas (Oh Tae-yeop en Jeong, 2020, p. 79) y un estándar de producción de un episodio semanal de 70 viñetas hasta 30 episodios por título (Pyo, Jang y Yoon, 2019, p. 2166).

Los principales portales coreanos —Yahoo, Daum, Paran, Naver —contribuyeron a su auge. Daum fichó en 2003 al *cartoonist* Kang Full (o Kang Pool) para publicar su gran éxito *Love Story* al que se unieron *The Great Catsby* de Kang Do Ha y *1001* de Yang Young Soon (Yun, 2019). Daum y Naver permitieron alojar historietas a usuarios *amateurs*. Les siguieron Webtoons, Lezhin y Toomics. Los planes quinquenales de Promoción del *Manhwa* de 2003 a 2013 emularon el modelo de internacionalización japonés.

Lezhin inició la modalidad de pago en 2013, seguido de Toomics y Kakao, y fue el primero en ofrecer cómics adultos (R) (Pyo, Jang, Yoon, 2019, p. 2166). En 2014 generaban 150 millones de dólares y Naver abrió Line *webtoon* en inglés con la pretensión de ser el *YouTube* para cómic (Navarro, 2020). Su director general, Seong-suk han, diseñó una estrategia que contemplaba convertirse en fuente principal de *transmedia storytelling* (Jeong, 2020, p. 82). En diciembre de 2019 la industria generaba un trillón de wones (886 millones de dólares) (Park, 2020).

El potencial de las *webtoons* como *transmedia storytelling* continuó precedentes exitosos como el manga *Hana Yori dango* (octubre 1992-2002) de Yoko Kamio, fuente de la serie taiwanesa *Meteor Garden* (2001). Este manga dio lugar a dos temporadas en dorama japonés (2005 y 2007), la versión *Hana Yori Dango Live* (2006-7) y el drama surcoreano *Boys over Flowers* (2009) (MiladysTCz, 2016).

Varios webtoons se llevaron al cine: *Ba: Bo*, de Kang Full publicado en (Daum, 2008), *Moss* (2010) de Yoon Tae-ho (Naver, 2007) y (*Secretly, Greatly*, 2013) de Hun en Daum que, al atraer a 780 millones de espectadores consagró los *webtoon* como fuente de *transmedia storytelling* (Yoon en Jin, 2019, p. 2222). Los agentes presionaron a los *webtoonist* para que sus títulos tengan potencial transmedia (Pyo, Jang, Yoon, 2019, pp. 2162-2174).

Dos títulos confirmaron la solidez de esta tendencia. Primero el éxito de la serie televisiva *Misaeng* (Vida Incompleta, Number 3 Pictures, 2014) a partir de *Misaeng* (Daum, 2012-2013) de Yoon Tae-ho. Fue protagonizada por Im si-wan, cantante de la *boys band* de K-pop ZE: A. Esta triple alianza de *webtoon-k-pop-k-drama* es un rasgo común a *Itaewon Class* que también pertenece al género *slice-of-life* y es retrato generacional de jóvenes coreanos aquejados del *loser síndrome*. El romance dominó la primera etapa de los *webtoon* que actualmente contempla thriller, fantasía, ciencia ficción, misterio y *slice-of-life*. (Jin, 2019b, p. 2012). Su autor, Yoon Tae-Ho, se formó según el antiguo sistema *manhwa* como discípulo del *cartoonist* Hur Young Man en un largo aprendizaje hasta dominar pelos, árboles, cuerpos y emociones faciales (Jin, 2019, p. 2218).

El segundo título en reafirmar la tendencia fue *Cheese in the trap* (tvN, 2016) de Soonkki. Su expansión televisiva, calificada de *transmedia conversion* (Seo, 2015 en Pyo, Jang, Yoon, 2019, p. 2166) fracasó por la drástica modificación del original y desconsideración tanto del *webtoonist* como de los fans *Chi-eomeoni* (neologismo derivado de *Si-eomeoni*, suegra molesta) que provocó *fan-friction* (Yecies, Shim, Yang, Zhong, 2020, p. 47). En la actualidad, se investiga el *fandom* y el rol del *transcreador* que colabora en la traducción colectiva, con herramientas de las propias plataformas (Nam, Jung, 2021, p. 9). Contratar los derechos de un *webtoon* es más económico que fichar a guionistas coreanos de renombre como Kim Eun-Sook, Park Ji-Eun, Noh Hee-Kyung, Kim Eun-Hee y Kim Soo-Hyun. (Park, Lee y Lee, 2019, pp. 2188-2189.) Así como los hermanos Wachowski contrataron por admiración a Yoshiaki Kawajiri para la saga *Matrix* (Jenkins, 2008, p. 111) el director de *Itaewon Class*, Kim Sung-yoon, incorporó a su *webtoonist* Kwang-Jin al proyecto: “sentí que era como un drama con sus individuos fuertemente

únicos, un conflicto claro y una historia trepidante con un desarrollo encantador que me hizo sospechar que [el autor] escribió la historia con una adaptación dramática en mente” (Popo22, 2020).

2.2. ITAEWON CLASS COMO RELATO TRANSMEDIA.

Marsha Kinder empleó la expresión *transmedia interxtuality* en *Playing with Power in Movies, Television, and Video Games: From Muppet Babies to Teenage Mutant Ninja Turtles* (1991) con la intertextualidad de Bakhtin y Kristeva en mente y lo definía como: “Reconocer, distinguir y combinar...géneros populares y su iconografía...de modo que esa operación los absorbe, parodia y en último lugar los reemplaza” (Kinder, 1991, p. 47 en Scolari, 2019, p. 73). Pero es bien sabido que fue Henry Jenkins el primero en utilizar la expresión *transmedia storytelling*. Precisamente se discutió si la estrategia del paso de una narrativa de *webtoon* a la ficción televisiva era un caso de *transmedia storytelling* o bien de la práctica industrial de *adaptación cross-media* u OSMU (*one source multi use*, una fuente, usos múltiples) como defiende Fernández (2018, p. 186).

Jenkins definía en 2007 el *transmedia storytelling* como:

Un proceso en el que elementos integrales de una ficción son dispersados sistemáticamente a través de diferentes canales de distribución con el fin de crear una experiencia de entretenimiento unificada y coordinada [...] en la que cada nuevo medio realiza distintas contribuciones a la historia global (Jenkins, 2007 y 2009 citado en Park, J.; Lee, J.; Lee, J, 2019, p. 2184. Traducción propia).

La adaptación *cross-media* suponía, en cambio, la reproducción casi literal y redundante del original en otro medio. Actualmente se proponen expresiones alternativas como *transmedia narrative worlds* o *transmedia narrative design* al agotamiento de *transmedia storytelling* (Scolari, 2019, p. 88).

Dal Jong Jin estableció tres cronologías para el desarrollo paralelo de *transmedia storytelling* y *webtoon*: finales de los años 90 con personal web; 2003 con los portales Daum y Naver y 2009 con la generalización del *smartphone* y la eclosión comercial y estética de *digital transmedia storytelling*. Esta última confluye con el auge de lo que la

revista *Wired* nombró en 2007 *snack culture*, cultura de consumo en lapsos breves de contenidos de cultura popular que convergían con el medio digital gracias a los *smartphones* (Jin, 2019b, p. 2097).

Itaewon Class fue un webtoon editado Daum entre 2016 y 2018. En 2017 ya comenzó a exportar a la plataforma japonesa Pickoma con el título de *Rotbongi Class* (Kwan-jin, 2019). Young Com lo editó como libro en 8 volúmenes el 31 de octubre de 2019 y fue reimpresso por Kakao M en 2020. La serie televisiva de JTBC fue emitida y distribuida en Netflix desde el 31 de enero de 2020. La empresa Tapas Media publicó en web y *app* el *webtoon* en inglés desde el 10 de febrero al 9 de junio de 2021. *Itaewon Class* cumple los requisitos descritos por Jenkins: contiene un universo coherente accesible desde distintos medios, con tramas autosuficientes y subtramas y aportaciones desde dos o más medios a esa trama principal. En tanto que narrativa transmedia centrada en la audiencia, ha probado ser una herramienta útil para la construcción de nichos muy leales de consumidores (Scolari y Establés, 2017, p. 1034).

Pero además el análisis contrastado de la conceptualización de la narrativa transmedia de Jenkins y Mark Long con la literatura surcoreana permite clarificaciones de aplicación a este título (Kim y Jung, 2018, p. 450). *Itaewon class* sería un transmedia no participativo que habría comenzado como un caso de OSMU. No hubo planificación inicial de la convergencia de medios, fue su éxito el que determinó su migración a otros y la variación de las sub-tramas. Obedece, por tanto, a una estrategia transmedia táctica con una expansión progresiva a partir del *webtoon* que oficia como *tentpole* que “sostiene económica y narrativamente a un conjunto transmediático” (Scolari, Jiménez, Guerrero, 2012, p. 144).

3. METODOLOGÍA

La metodología empleada en este trabajo se basa en el estudio de caso de la serie de ficción surcoreana *Itaewon Class* (2020). De manera particular se analizan los dieciséis episodios de la serie, los ochenta capítulos y un epílogo del *webtoon* de partida, así como las noticias específicas cercanas a su distribución en España.

Los aspectos objeto de análisis son: la producción *hallyu* de partida y su distribución en Netflix y Tapas respectivamente, un análisis textual que comprende un análisis de contenido y un análisis del relato o intertextual que permite fundamentar la hipótesis de un caso de OSMU devenido *transmedia storytelling*.

Itaewon class cuenta con textos en diferentes medios que proceden a una reedición, reescritura, modificación y traducción de sus personajes transmedia y una cobertura de noticias y reseñas que oficia de *peritexto* (Bertetti, 2014, p. 2345) Su lógica narrativa se ajusta menos a la lógica centrada en el mundo ficcional estudiada por Jenkins y se alinea, en cambio, con una narrativa centrada en el personaje como la que analiza Jason Scott (2009) en su noción de franquicia orientada a personaje y que Paolo Bertetti identifica en la base de las viejas formas de *transmedia storytelling* (Bertetti, 2014, p. 234). Este autor propuso un modelo para el análisis, en concreto, de *Pulp fiction transmedia storytelling*, a propósito del personaje *Conan el Bárbaro* de Robert E. Howard a caballo entre la dicotomía aristotélica (acción y personaje) y la distinción de Greimas (actante y actor). Bertetti distingue en el personaje entre identidad existencial e identidad ficcional o narrativa. Subdivide la identidad existencial en identidad propia o semántica que contiene a su vez una identidad figurativa estable y una identidad temática (social, familiar, cultural) y una identidad relacional o sintáctica que da cuenta de su relación con el mundo que le rodea. Por su parte la identidad ficcional se subdivide en una identidad modal que informa de sus motivaciones y competencias (locales y generales) y una identidad axiológica que recoge sus valores profundos (Bertetti, 2014b, p. 32).

4. RESULTADOS

4.1. ANALISIS TEXTUAL CONTENIDO

Itaewon Class es una serie televisiva dramática que parte de un hecho ordinario: el enfrentamiento del hijo del director ejecutivo de la empresa de alimentación Jangga (Park Saeroyi) que detiene el *bullying* de Jang Geungwon —primogénito del jefe de su padre, dueño fundador de Jangga (Jang Daehee)— sobre otro alumno (Lee Hojin). Park Saeroyi, rechaza disculparse de rodillas y eso causa su expulsión del instituto y el despido de su padre. Ambos tratan de abrir su propio restaurante. Pero Jang Geunwon causa el

atropello con fuga y muerte del padre. Park Saeroyi lo descubre por la documentación del inspector de policía (Oh Byung Hun) que ha incriminado a otro en una investigación adulterada y apaliza a Geungwon. En una dinámica digna de *Los Miserables* de Victor Hugo Park Saeroyi termina en la cárcel. Su enfrentamiento visceral a los Jang le ha convertido en un convicto estigmatizado. El patriarca Jang le reclama, con ensañamiento y soberbia, la genuflexión ante su linaje sellando una pugna insospechada, porfiada y asimétrica. Esa polaridad inclina al protagonista al proyecto vital de abrir restaurante propio alineado con una venganza que sumará aliados. Entre ellos están coetáneos, como su amor adolescente de instituto Oh Sooah, la víctima del *bullying* Lee Hojin y los primeros empleados del bar Danbam (*Honey Night*): sus compañeros de cárcel (Choi Seungkwon) y de fábrica (Ma Hyunyi). A esta familia empresarial se suman dos preuniversitarios: Jo Yiseo, superdotada con rasgos sociópatas como gerente de Dan Bam y Jan Geungsoo (hijo menor y bastardo del patriarca Jang). Por último, contrata a Kim Tony, un guineano en busca de su padre coreano desaparecido. Los aliados adultos serán la accionista principal de Jangga, Kang Minjung, el inspector Oh Byunghun reciclado en productor agrícola y la inversora de capital Kim Soonrye.

La acción se sitúa en el barrio Itaewon, de restauración y ocio internacional, multicultural y de moral aperturista. Esa tolerancia y juventud del barrio es la bandera identitaria que da nombre a la empresa IC (*Itaewon Class*). IC adquiere Jangga Company tras encarcelar a Jang Geungwon y que se revele la corrupción contable del patriarca.

4.2. ANÁLISIS INTERTEXTUAL: DEL WEBTOON A LA SERIE

Los dieciséis episodios de la serie presentan una mayor dependencia de motivos en los cinco primeros respecto del *plot* del webtoon publicado en la aplicación y plataforma *Tapas Media* con permiso de Daum Webtoon y Kakaopage (Kwan Jin, Kakao Webtoon Studio, 2021). A partir de ahí mantiene un anclaje con la historieta con dos o tres situaciones de cada episodio sacadas de ella con una expansión progresiva en *sub-plots* y personajes para el progreso y *raccord* de la historia consecuencia de su tratamiento como relato transmedia.

El episodio 1 contiene un *flashback* de una década al instituto Gwangjin de Pajin. Lee Hojin, la víctima del *bullying*, extrema su indefensión con una caracterización más baja de estatura y con gafas. La serie desarrolla las pruebas atléticas de ingreso a la policía que el protagonista, Park Saeroyi, realiza lesionado, demostrando su resistente carácter. La identidad figurativa de Oh Sooah varía desde la vecina de puerta con carácter dulce con faldas a la huérfana *tomboy* desabrida sometida a las presiones del patriarca Jang.

La serie desarrolla la conversación clave padre-hijo frente al *soju*, bebida nacional. El instrumento homicida del padre cambia de la moto del *webtoon* al coche de la serie. Este cambio obedece al emplazamiento de producto de Mercedes que provee con sus modelos a los empresarios triunfadores de la serie (Naradhipa, 2020).

La tira dilata el funeral del padre. El reencuentro con Oh Sooah en Itaewon, en pleno Halloween, a su salida del centro de internamiento Gyeonggy Norte, es más pobre en referencias a la cultura popular. El *webtoon* incluía celebrantes vestidos de Sam Spade/Humphrey Bogart; Sadako Yamamura del film *Ringu* (1998) de Hideo Nakata; Wally, creado por Martin Handford; *La máscara* de Dark Horse comics llevada al cine por Chuck Russell en 1994; los Teletubbies rojo y violeta de Anne Wood y Andrew Davenport; el Joker, Harley Queen, Spiderman, Hulk; Jigsaw de la saga *Saw*; Guy Fawkes de *V de Vendetta*; Hannibal Lecter en *El silencio de los corderos*; Super Mario Bros, Ronald Macdonald, el Muñeco diabólico, Superman, Jon Snow y Arya Stark de *Juego de tronos* y el personaje Shin-chan de Yoshito Usui. Oh Sooah le sorprende con la máscara del espíritu *kaonashi* o 'sin cara' de *El viaje de Chihiro* (2001) de Hayao Miyazaki del estudio Ghimli, mientras en la serie es una máscara de conejita sangrienta.

Un narrador presenta a la *influencer* de Mensa Jo Yseo en el episodio tres que en la tira vemos a través de Jang Geungsoo. No aparece ni la tutora escolar de Jo ni el *flashback* donde sus padres se reparten a sus hijos tras el divorcio. La serie no refleja la manipulación homicida de los frenos del *scooter* que el primogénito Jang regala a su medio-hermano.

El episodio cuatro refuerza las deudas con Park tanto de Jo Yiseo (al accidente se suma la defensa ante una agresión misógina) como de su excompañero de celda Choi Seung won (interpretado por Ryu King-soo) pero acorta el motivo del cierre del bar.

En el capítulo cinco se desarrolla el hijo bastardo del patriarca Jang Geungsoo interpretado por el actor Kim dong-hee (1999) que le valió el protagonismo en *Extracurricular* (2020) también en Netflix. Se centra también en Ma Hyeongyi, excompañera de Saeroyi en una fábrica conservera. Esta chef del Dan Bam, personaliza la cuestión transgénero. Está interpretado por Lee Joo-young (1992), actriz que participa en *Something in the rain* (JTBC, 2018) también en Netflix. *Itaewon Class* se suma con este personaje a la inclusión en series coreanas de personajes LGBTI. Esta apuesta estimula a través del *fandom* el aspecto de la cultura participativa que Jenkins ha acuñado como *civic imagination* donde una inspiración de los medios sirve para proponer el cambio social perseguido (Jenkins y Moura, 2020, p. 193).

El episodio seis añade un *flashback* a la infancia de Oh Sooah, su abandono materno y adolescencia sufriendo *bullying* por su pobreza. Se refuerza así una estrategia espejo de la serie con personajes con experiencias similares (viudos que crían solos, víctimas y defensores de *bullying*, capitalistas hechos a sí mismos e hijos ilegítimos). Este episodio introduce el tema racial con el guineano-coreano Kim Tony, inexistente en el *webtoon*.

El séptimo episodio amplía la evolución de Lee Hojin (Lee David, 1994), de víctima de acoso a gestor de valores enlace con la gran accionista de Jangga, Kang Mingjung interpretada por Kim Hye-hun (Busán, 1973). Mingjung es retratada con mayor benevolencia, como ahijada del patriarca y meritoria formada por su mentor y padre de Park Saeroyi.

En el episodio octavo, mientras tramita su nacionalidad, Park Saeroyi defiende a Tony de ataques racistas y aparece la señora Kim, personaje añadido al *webtoon*, que más adelante resultará ser su abuela. Kim rechazó el matrimonio mixto de su hijo, pero aceptará a su nieto dentro de la evolución deseable de la sociedad coreana.

Los episodios noveno y décimo incluyen el paso del Dan Bam a la empresa Itaewon Class, la alianza con Kang, el intento de soborno del expolicía Oh Byeongheon por el patriarca y encarcelamiento de Jang Geungwon por la muerte del padre de Park. La variación es la disculpa pública del patriarca, lugar común en ficciones corporativas surcoreanas, que le permite rechazar la opa hostil. Se añade la mención a la crisis financiera de 1997 en la que resultó crucial la salsa *gochujang* inventada por el padre de Park Saero-yi y atribuida al patriarca. El directivo fue recompensado con un reloj Mont-Blanc, nueva expansión narrativa al servicio del *branding* (Naradhipa, 2020).

En el undécimo episodio un falso inversor enviado por el patriarca les deja en mala situación tras lanzarse al franquiciado. En el episodio doce aparece la inversionista Kim como *deus ex machina*. El *webtoon* agrupa las maniobras sucias de los Jang que la serie distribuye. El descrédito que persigue Jang Geungsoo de Ma Hyeong-yi como transgénero, alcanza a Choi y Park como violentos exconvictos.

En el episodio 13 se habla del mercado de capital coreano que ha permitido a Park multiplicar sus primeros 100 millones y éste anuncia su decisión de ser una franquicia global. Un salto temporal de 4 años hasta 2020 nos sitúa en su edificio propio de multinacional. En el episodio decimocuarto la nueva opa a Jangga con Jo Yiseo como presidenta acaba con el colapso de ésta en el hospital. La serie unifica los secuestros de Yiseo y Geungsoo que el *webtoon* escalona.

Park sale del coma tras un diálogo espectral con su padre y debe arrodillarse ante el patriarca para averiguar su paradero y liberarlos. Salen a la luz las maniobras criminales de Geungwoon y la fiscalidad delictiva del patriarca gracias a Oh Sooah. Park adquiere Jangga Group con Kang como presidenta. Oh Sooah funda su propio negocio y contrata un atractivo chef y futurible marido comenzando el emparejamiento exprés completado con la pareja otoñal de Ka Mingjun y Oh Byeongheon y los amigos Choi y Ma.

4.3. LOS PERSONAJES

Itaewon Class es una serie transmedia con una lógica centrada en los personajes más que en un mundo ficcional. De hecho, su primer emplazamiento era el barrio de

Hongdae, famoso por su escena musical independiente y arte urbano, donde su creador, Kwan-jin, trabajó como camarero de pub al tiempo que estudiaba en la universidad de Konkuk. Lo prioritario era realizar un ‘*boy cartoon*’, un cómic centrado en un protagonista masculino joven, y el manuscrito se había completado antes de la primera visita accidental del autor en 2015 a Itaewon. El propio *webtoonist* gerenta un bar llamado *Honey Night* y un lounge-bar llamado igual que su *start-up* de agencia *webtoon* Maparam (bastardo) (Kwan-jin, 2019).

Esta narrativa transmedia centrada en su protagonista se presta al modelo propuesto por Paolo Bertetti que analiza los cambios de identidad existencial y ficcional de los personajes en los diferentes textos y medios (Bertetti, 2014b, p. 32).

El papel protagonista de *Itaewon Class*, Park Saeroyi, recayó en el actor nacido en Seúl Park Seo-joon (1988) que tuvo su primer protagónico en *Witch’s romance* (2014) que *She was pretty* (2015) confirmó. En *What’s wrong with secretary Kim* (tvN, 2018), encarnó un empresario despiadado en el polo opuesto de su personaje en *Itaewon class*. Su celebridad motiva cameos en *Parasites* (2019) o *Recuerdos de juventud* (tvN, 2020).

La identidad existencial o discursiva de Park Saeroyi se compone en primer lugar de una identidad propia o semántica. En ella se puede distinguir una identidad figurativa estable, que se corresponde con un físico atlético que comunica solidez, resistencia y un corte de pelo que le hace parecer simple y le vale comparación con una castaña. En segundo lugar, su identidad semántica se completa con una identidad temática respecto a su rol social como hijo de empleado, dependiente y perteneciente a una clase social modesta. Park Saeroyi, responde al boom del *síndrome loser* entre millenials surcoreanos aquejados por crisis y dificultades de empleabilidad (Jin, 2019b, p. 2013).

Su identidad existencial se completa con una identidad relacional o sintáctica que se expresa en un carácter desafiante de la autoridad, dueño de sí y reacio al gregarismo. Es un personaje lacónico y parco en gestos. Ese carácter, unido a su sistema de valores, determina el conflicto inicial con la familia Jang (patriarca y heredero) y el conflicto interior irresuelto de su primer interés amoroso Oh Soo.

La identidad ficcional o narrativa de Park Saero-yi se desdobra a su vez en una identidad modal y una identidad axiológica. Dentro de la identidad modal encontramos una estructura de *Bildungsroman* donde el protagonista se embarca en una adquisición de competencias generales y de independencia económica, además de unas competencias locales muy concretas dirigidas a la gestión exitosa de un negocio de restauración. La motivación que mueve ese crecimiento personal es una voluntad de resarcirse del daño recibido y ejecutar una venganza pautada sobre sus victimarios. La identidad axiológica está constituida sobre valores profundos: el orgullo y defensa de la cultura del esfuerzo del trabajador frente a la dinámica de privilegios de grandes corporativos y el derecho a la libertad personal (de acción, orientación sexual, culto, raza, clase social) que facilita la tolerancia del barrio de Itaewon, uno de los veinte del distrito Yongsan-gu a la sombra de la Torre Norte de Seúl, el único con mezquita. En su primera visita a Itaewon el protagonista entra en un bar cuyo propietario interpreta Hong Seokcheon, actor, restaurador y político del partido laborista democrático, que conmocionó al país al declararse gay en septiembre del 2000.

La primera protagonista femenina, Oh Sooah, es interpretada por Kwon Na-ra (1991), la cantante más fotogénica del grupo K-Pop *Hello Venus* originaria de Incheon quien desde *Suspicious Partner* (2017) ha ido encadenando papeles en dramas tv. Esta alianza empresarial entre las industrias *hallyu* que incorpora a cantantes del *k-pop* a los *k-dramas* se completa además en esta serie con el amplio desarrollo de su banda sonora con 77 temas y 4CD. El tema principal *Start Over*, del cantante y compositor de Planetarium Records, Gaho, fue elegido para lanzar el primer K-pop Remake Relay de versiones en youtube (Folgar, 2021). Gaho fue requerido para la segunda temporada de *Stranger* (Secret Forest 2, 2020) y *Start-Up* (2020), ambas en Netflix.

Su identidad existencial se divide en una identidad propia o semántica que en su aspecto de identidad figurativa estable como una joven atlética, desenvuelta y hermosa. La serie alberga tres aspectos desde abandonada expósita, joven independiente en Itaewon y corporativa de traje sastre y melena larga. Su identidad temática lo constituye el rol de primer interés romántico, pero también familia residual y testigo del pasado del protagonista. Asume un rol protector cuando detiene su ira potencialmente homicida.

Su condición de hija abandonada la coloca en una clase social de partida aún más vulnerable.

Su identidad relacional o sintáctica irá evolucionando desde la indefensión, agresividad e insolencia unidas al miedo, despreocupación y amargura a la libertad de acción final.

Su identidad ficcional o narrativa se compone de una identidad modal determinada por la voluntad de progreso social y económico que le llevan a convertirse en una ejecutiva competente de confianza. Esto es compatible con un deseo de venganza y justicia que expresa al dismantelar la trama de corrupción de su empleador.

Su identidad axiológica se presenta en conflicto hasta el final de la serie por la demanda cruzada entre dos lealtades fundamentadas en la gratitud, una al clan Jang que le procuró formación universitaria y trabajo. La otra lealtad es hacia Park Saero-yi, hijo de su primer benefactor y familia de elección.

El personaje de Jang Dae-hee es el otro gran protagonista masculino, el principal antagonista. Fue encomendado a Yoo Jae-myung (1973) natural de Busán, sede del BIFF, el festival de cine más relevante en Asia. Es un actor familiar a los suscriptores de Netflix por papeles en *Strong Woman Do Bong-soon* (JTBC, 2017), *Prison Playbook* (tvN, 2017), la primera temporada de *Stranger (Forest of Secrets)* (tvN, 2017) o *Life* (JTBC, 2018). Yoo había trabajado con Park Seo-joon en el drama histórico *Hwarang* (2016) de KBS2.

Su identidad existencial se configura con una identidad semántica o propia que abarca una identidad figurativa estable de hombre entrado en años vestido con *durugami* masculino propio del vestido tradicional coreano o *hanbok* asociado al periodo Joseon. Esa indumentaria formal y su casa con trazado tradicional o *hanok* son símbolos de su estatus social. Su identidad temática es la de patriarca director de un conglomerado empresarial o *chaebol*. Asume el rol de prestigioso referente profesional, antagonista y catalizador de la evolución del protagonista. La relación con el mundo expresada a través de su identidad relacional o sintáctica se produce con máximas orgullosas y autosuficientes, intransigencia y desprecio por los subordinados.

Su identidad ficcional o narrativa se fundamenta en una identidad modal promovida por la ambición del éxito empresarial prevalente acompañada de una extrema crueldad moral y deshumanización. Ansía la humillación arrodillada del protagonista, gesto de capitulación surcoreana en castigo a su desacato. Su identidad axial es clasista, ajena a la permeabilidad social y paradójica en un exitoso *self-made-man*.

Jo YiSeo es la gran protagonista femenina equivalente al protagonista masculino. Este papel se encomienda a Kim Da-mi (1995), premiada por el filme *The Witch. Part.1. La subversión* (2018). *Itaewon class* le valió el premio a actriz novel de los 56th Baeksang Arts Awards, Globos de Oro surcoreanos, y el rol principal en *Aquel verano inolvidable* (2021), también en Netflix.

Su identidad existencial la componen una identidad propia semántica figurativa como joven fibrosa de extrema delgadez. Su apariencia es elegante dentro de la moda emergente tanto en sus veinte como en sus treinta con el largo de melena como único indicador de cambio. Su identidad temática es como integrante de la clase media alta, hija de divorciados, principal apoyo estratégico empresarial, amiga y finalmente pareja del protagonista.

Su identidad relacional o sintáctica evoluciona desde una joven brillante superdotada formada en Estados Unidos e *influencer* con una competitividad malsana espoleada por expectativas maternas excesivas y dureza egocéntrica.

La identidad ficcional o narrativa se desdobra en una identidad modal impulsada por ambiciones empresariales y sentimentales ejecutadas siguiendo un plan de acción agresivo. La admiración e identificación con el sufrimiento de Park Saeroiyi son su motor de cambio. Su progresiva integración en la familia empresarial de Itaewon Class acrecienta sus niveles de empatía.

Su identidad axiológica es, al igual que la de Park Saeroiyi, refractaria al acoso de los débiles, defensora de la libertad personal y valores de la juventud del post-capitalismo.

5. CONCLUSIONES

La plataforma SVOD Netflix conectó al espectador español con la ficción producida en la industria audiovisual surcoreana denominada *Hallyuwood*. Algunos títulos, como la serie *Itaewon class* analizada, parten de otros productos de la nueva ola surcoreana o *hallyu*, como los *webtoons* distribuidos en nuestro país a través de Tapas Media. Series y *webtoons* constituyen *snack culture* cuya estrategia transmedia tiene en cuenta la estructura política, legal, económica y sobre todo tecnológica con la que está en simbiosis (Rampazzo, 2017, p. 1396).

La expansión narrativa del transmedia storytelling que se observa en *Itaewon Class* viene reforzada por la triple alianza entre industrias *hallyu* de *webtoon- k-drama- k-pop* al incorporar a la cantante Kwon Na-ra, en un papel principal y promover el desarrollo de la banda sonora y la difusión de su *cover* principal. Esta expansión transmedia por sincronización de estrategias cross-industriales fue estudiada en formas antiguas de *transmedia storytelling* (Freeman, 2014). A ellas se añaden las extensiones motivadas por necesidades de *branding placement* (Naradhipa, 2020) que demuestran que, en la era de las franquicias transmediales, las fronteras entre prácticas textuales y promocionales se desmoronan (Jenkins, 2017).

La fortuna de *Itaewon Class* reside en el compromiso de su creador Kwan-jin oficiando de guionista en su paso al medio televisivo que permitió mantener el control de la coherencia de las expansiones con el relato original (Bertetti, 2014b; Freeman, 2014).

El paso del *webtoon* primero al libro y luego a la televisión revela a *Itaewon Class* como un ejemplo de transformación de estrategia OSMU en un *transmedia storytelling* no participativo y en el empleo de una estrategia transmedia táctica que preserva las ediciones primero coreana y luego internacional del *webtoon* como *tentpole* que sostiene el relato económica y narrativamente. (Scolari, Jiménez y Guerrero, 2012, p. 144).

El análisis textual de contenido permite identificar como tema principal la búsqueda de la libertad individual y la tolerancia social frente a las diferencias de composición de estructura familiar, clase social, creencia, raza u orientación sexual.

El análisis intertextual destaca las divergencias del relato transmedia en su paso de los ochenta episodios del webtoon a los dieciséis capítulos de la serie de ficción televisiva.

Este último permite observar la variación de con una tendencia a la ampliación de sub-tramas (bien por flashback o flashforward) que la hace corresponder con una narrativa transmedia expansiva frente a la compresión reductora de anécdota (Scolari, Jiménez y Guerrero, 2012, p. 160) Ese mayor desarrollo del relato permite dotar de contexto a algunos personajes, descubrir estrategias en espejo de repetición de la misma vivencia en individuos de distinto sexo, e incorporar personajes nuevos que aumentan su cohesión interna.

Itaewon Class, no dispone dentro del fandom español de una práctica *fanfiction* *caractercéntrica* que proceda a una construcción de sentido centrípeta e introspectiva que informe sobre el propio *fan autor* (Guerrero-Pico, 2015, p. 739). Como *transmedia storytelling* centrado en personajes permite su tratamiento como un contenido líquido y multipropósito *onscreen* dispuesto para monetizar su *fandom* dentro de un proceso de convergencia digital. Esto es posible con la migración del personaje a una naturaleza que ya no es fílmica ni televisiva sino *screenic* (proyectiva), adecuada a su proyección en un tipo de pantalla por determinar (Hills, 2017, P. 75)

No obstante, como transmedia oficial centrado en personaje, guía al *fandom* desde la historia hacia fuera, hacia una identificación generacional con este personaje, aquejado de *loser síndrome*, más perceptible gracias a la opción por el género *slice-of-life*. El análisis de la identidad existencial y ficcional de sus personajes principales (Bertetti, 2014, p. 31) ha permitido observar los cambios que sufren esas identidades en el paso de un medio a otro.

7. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Baek, B.Y (27 de enero de 2016). Webtoons emerge as source for dramas, films. *Korea Times*. Recuperado de <https://cutt.ly/2PLgnqN>

Bertetti, P. (2014). Toward a Typology of Transmedia Characters. *International Journal of Communication*, 8, 2344–2361. Recuperado de <http://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/2597/1201>

Bertetti, P. (2014b). Conan the Barbarian: Transmedia Adventures of a Pulp Hero. En C. A. Scolari, P. Bertetti y M. Freeman (2014). *Transmedia archaeology: Storytelling in the Borderlines of Science Fiction, Comics and Pulp Magazines* (pp. 15–38). Basingstoke: Palmgrave Macmillan. <https://doi.org/10.1057/9781137434371>

Fernández, P. A. (2018). Del manhwa al webtoon: reflexiones en torno al desarrollo de la industria de los cómics en Corea del Sur. En C. E. Daza, A. M. Santa Cruz y A. L. Meo (Eds.), *Narrativas visuales: perspectivas y análisis desde Iberoamérica* (pp. 173–194). Bogotá: Fundación Universitaria San Mateo.

Freeman, M. (2014). Up, up and across: Superman, the Second World War and the historical development of transmedia storytelling. *Historical Journal of Film, Radio and Television*, 35(2), 215–239. <http://dx.doi.org/10.1080/01439685.2014.941564>

Folgar, C. (2021). Start, tema de Itaewon Class protagoniza el primer K-Pop Remake Relay. *BA NA NA*. Recuperado de <https://www.bloglabanana.com/2021/02/start-gahoramake-relay-itaewon-class.html>

Guerrero-Pico, M. (2015). Producción y lectura de *fan fiction* en la comunidad online de la serie *Fringe*: transmedialidad, competencia y alfabetización mediática. *Palabra Clave*, 18(3), 722–745. <https://doi.org/10.5294/pacla.2015.18.3.5>

Hills, M. (2017). Sherlock “Content” Onscreen: Digital Holmes and the Fannish Imagination. *Journal of Popular Film and Television*, 45(2), 68–78. <https://doi.org/10.1080/01956051.2017.1319200>

Jang, W. y Song, J-E. (2017). Webtoon as a new Korean wave in the process of glocalization. *Kritika Kultura*, 29, 168–187. Recuperado de <https://cutt.ly/kPLhnZI>

Jenkins, H. (2008). *Convergence culture. Where old and new media collide*. New York: New York University Press.

Jenkins, H. (2017). Adaptation, Extension, Transmedia. *Literature/Film Quarterly*, 45(2).

Recuperado de <https://cutt.ly/nPLhDG2>

Moura, P. (2020). Children and youth cultures meet the challenges of participation – interview with Henry Jenkins. *Comunicação e Sociedade*, 37, 187–199.

[https://doi.org/10.17231/comsoc.37\(2020\).2657](https://doi.org/10.17231/comsoc.37(2020).2657)

Jin, D. Y. (2019). Korean Webtoonist Yoon Tae Ho: History, Webtoon Industry, and Transmedia Storytelling. *International Journal of Communication*, 13, 2216–2230.

Recuperado de <https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/download/10015/2653>

Jin, D. Y. (2019b). Snack Culture's Dream of Big-Screen Culture: Korean Webtoons' Transmedia Storytelling. *International Journal of Communication*, 13, 2094–2115.

Recuperado de <https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/10004/2647>

Kim, H. Y. y Jung, Y. A. (2018). A Study on the Reestablishment of the Definition on Transmedia Concept Focusing on Cases. *Journal of Digital Contents Society*, 19(3), 445–451. <http://dx.doi.org/10.9728/dcs.2018.19.3.445>

Kwan-jin. (13 de agosto de 2019). *Webtoonguide*. Webtoonist Interview, 13.

Recuperado de https://www.webtoonguide.com/en/board/Interview_en/11917

Kwan-jin. Daum Webtoon (2021) *Itaewon Class*. Tapas Media Inc. Recuperado de <https://tapas.io/series/itaewon-class/info>

MiladysTCz. (25 de septiembre de 2016). Boys Over Flowers se basa en un Manga Japonés. *Aminoapps*. Recuperado de <https://cutt.ly/uPLjL2k>

Nam, S. (27 de enero de 2020). Webtoon Author Of Itaewon Class Shares Points To Look Out For In Upcoming Drama. *Soompi*. Recuperado de <https://cutt.ly/mPLjNqc>

Nam, J. y Jung, Y. (2021). Examining fan participation in the digital media: Fans' transcreation of webtoons. *23rd Biennial Conference of the International Telecommunications Society (ITS): Digital societies and industrial transformations: Policies, markets, and technologies in a post-Covid world*, Gothenburg, Sweden. Recuperado de <http://hdl.handle.net/10419/238041>

- Naradhipa, D. (20 de abril de 2020). Branding Activity and the Rising Asian Creative Industry in Itaewon Class. *Daffanrdhipa*. Recuperado de <https://cutt.ly/9PLj5YK>
- Navarro, M. (24 de julio de 2020). De lecturas verticales a series de tv: El auge de los webtoons. *El Palomitrón*. Recuperado de <https://cutt.ly/6PLkrGf>
- Park, J. (18 de marzo de 2020). Itaewon Class success reflects thriving webtoon market. *The Korea Times*. Recuperado de <https://cutt.ly/BPLkoVZ>
- Park, J., Lee, J., Lee, J. (2019). Do Webtoon-Based TV Dramas Represent Transmedia Storytelling? Industrial Factors Leading to Webtoon-Based TV Dramas. *International Journal of Communication*, 13, 2179–2198. Recuperado de <https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/10010/2651>
- Popo22. (27 de enero de 2020). El autor del webtoon *Itaewon Class* comparte puntos a tener en cuenta en el próximo drama. *Soompi*. Recuperado de <https://cutt.ly/IPLkFEZ>
- Pyo, J. Y., Jang, M. y Yoon, T-J. (2019). Dynamics Between Agents in the New Webtoon Ecosystem in Korea: Responses to Waves of Transmedia and Transnationalism. *International Journal of Communication*, 13, 2161–2178. Recuperado de <https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/viewFile/10009/2650>
- Rampazzo, R. (2017). Transmedia strategies in journalism: an analytical model for the news coverage of planned events. *Journalism Studies*, 18(11), 1381–1399. <http://dx.doi.org/10.1080/1461670X.2015.1127769>
- Scolari CA., Jiménez M., Guerrero, M. (2012) Narrativas transmediáticas en España: cuatro ficciones en busca de un destino cross-media. *Comunicación y Sociedad*, 25(1), 137–163. Recuperado de <https://cutt.ly/IPLleID>
- Scolari CA, Establés MJ. (2017). El ministerio transmedia: expansiones narrativas y culturas participativas. *Palabra Clave*, 20(4), 1008–1041. <https://doi.org/10.5294/pacla.2017.20.4.7>

Scolari, C. A. (2019). Transmedia Is Dead. Long Live Transmedia! (Or Life, Passion and the Decline of a Concept). *LIS. Letra. Imagen. Sonido. Ciudad mediatizada*, 9(20), 69–92.

Scott, J. (2009). The character-oriented franchise: Promotion and exploitation of pre-sold characters in American film, 1913–1950. En I. R. Smith (Ed.), *Cultural borrowings: Appropriation, reworking, transformation* [e-book]. Nottingham, UK: Scope.

Yun, J. H. (30 de agosto de 2019). What is webtoon? *MR Comics Medium Blog*.

Recuperado de <https://cutt.ly/WPLlc6Q>

Yecies, B., Shim, A., Yang, J. J. y Zhong P. Y. (2020). Global transcreators and the extension of the Korean webtoon IP-engine. *Media, Culture & Society*, 42(1), 40–57.
<https://doi.org/10.1177/0163443719867277>