

# Sphera Publica

REVISTA DE CIENCIAS SOCIALES Y DE LA COMUNICACIÓN

[sphera.ucam.edu](http://sphera.ucam.edu)

ISSN-e: 2695-5725 • ISSN: 1576-4192 • Número 25 • Vol. I • Año 2025 • pp. 41-67

## Más allá del *remake*: Un análisis de las opiniones del público chino sobre *Lose to Win* (el *remake* de *Campeones*)

Yi Liu, Universidad de Sevilla (España)  
[yiliu@alum.us.es](mailto:yiliu@alum.us.es)

Recibido 26/01/25 • Aceptado 27/06/25 • Publicado 30/07/25

**Cómo citar este artículo:** Liu, Yi (2025). Más allá del *remake*: Un análisis de las opiniones del público chino sobre *Lose to Win* (el *remake* de *Campeones*), *Sphera Publica*, 25(1), 41-67.

### Resumen

La adaptación transnacional se ha convertido en una práctica habitual en el contexto de la globalización. No solo representa un proceso de adaptación local, sino que también constituye una estrategia para reducir los desafíos que enfrentan los productores. Existen diversas investigaciones centradas en la adaptación cultural y estética. Sin embargo, el público es el receptor final de un filme, por lo que sus evaluaciones también resultan fundamentales. Este artículo toma *Lose to Win* (Gao Hu, 2023), la adaptación de *Campeones* (Javier Fesser, 2018), como caso de estudio para analizar las opiniones del público chino. Se realiza un análisis de frecuencia de palabras en los comentarios relacionados con el *remake*, lo que permite identificar que los términos más frecuentes se agrupan en torno a los temas de “contenido de la película, emociones y producción”. A partir de estos hallazgos, se examina el enfoque de las discusiones del público. El estudio revela que los espectadores valoran más la calidad y la conexión emocional con la obra como película, que su identidad como *remake*. Ya sea en relación con el contenido de la historia o la actuación de los actores, el público muestra una clara preferencia por lo que considera realista.

**Palabras Clave:** *remake* transnacional, público, cine, España, China, comedia

## More Than a Remake: An Analysis of Chinese Audiences' Opinions on *Lose to Win* (the remake of *Campeones*)

Yi Liu, Universidad de Sevilla (España)  
[yiliu@alum.us.es](mailto:yiliu@alum.us.es)

Received 26/01/25 • Accepted 27/06/25 • Published 30/07/25

**How to reference this paper:** Liu, Yi (2025). Más allá del *remake*: Un análisis de las opiniones del público chino sobre *Lose to Win* (el *remake* de *Campeones*), *Sphera Publica*, 25(1), 41-67.

### Abstract

Transnational remakes have become a common practice in the context of globalization. They are not only a process of local adaptation but also a strategy to mitigate the challenges faced by producers. Various studies have focused on the process of cultural and aesthetic adaptation. However, since the audience is the final recipient of a cinematic work, their evaluations are also crucial. This article examines *Lose to Win* (Gao Hu, 2023), the remake of *Campeones* (Javier Fesser, 2018), as a case study to analyze the opinions of the Chinese audience. A word frequency analysis of comments related to the remake reveals that the most frequently used terms revolve around the themes of “film content, emotions, and production.” Based on these findings, the study explores the audience’s discussion focus. The research findings show that viewers prioritize the quality and emotional connection of the film itself over its identity as a remake. Whether in relation to the storyline or the actors’ performances, the audience demonstrates a clear preference for elements they perceive as realistic.

**Keywords:** transnational remake, audience, cinema, Spain, China, comedy

## 1. Introducción

Según Rodríguez de Austria, Giménez de Aragón e Iturbe Tolosa (2022), la práctica de los *remakes* ha existido desde los inicios del cine. En sus primeras etapas, los *remakes* se realizaban principalmente para adaptar las películas a diferentes contextos culturales y lingüísticos, así como para mejorar su calidad técnica en nuevos formatos. En la actualidad, con el aumento de la comunicación en la industria cinematográfica internacional, los *remakes* transnacionales han cobrado gran relevancia como un fenómeno de comunicación cultural y una estrategia comercial clave, atrayendo una atención considerable (Fábics, 2013).

En el ámbito académico, los estudios sobre *remakes* abarcan múltiples aspectos. Estos no son completamente idénticos a la versión original, sino que incluyen ciertas modificaciones en función del mercado local (Verevis, 2017). Por esta razón, algunos investigadores analizan la adaptación local de las nuevas versiones desde perspectivas estéticas y narrativas. Generalmente, solo las películas con altos ingresos en taquilla son objeto de *remakes*, lo que implica que los equipos de producción parten de un modelo de éxito y pueden reducir el riesgo. Park (2009) afirma directamente que “las prácticas de *remake* son fundamentalmente prácticas económicas” (p. 108).

Se puede afirmar que la realización de *remakes* se consolida como una estrategia comercial dentro de la industria cinematográfica, por lo que otros estudios se centran en las tendencias relacionadas con las decisiones comerciales de los productores y la distribución de las películas. El público, como receptor final y evaluador de las obras cinematográficas, desempeña un papel crucial. Sus reacciones y percepciones —como el grado de coincidencia entre sus expectativas y las decisiones del equipo de producción, o su aceptación de la nueva versión— son aspectos dignos de análisis y estudio. No obstante, este tipo de investigaciones aún es escaso.

En este artículo, se selecciona como caso de estudio el *remake* de la película española *Campeones* (Javier Fesser, 2018), titulado *Lose to Win* (Gao Hu, 2023). A través del análisis de los comentarios de los espectadores, se responden a las siguientes preguntas: ¿Existe una gran resistencia del público hacia los *remakes*? ¿Comparar el *remake* con la versión

original es la práctica más frecuente entre los espectadores chinos? Sabiendo que se trata de un *remake*, ¿cuáles son los aspectos que más generan discusión?

A partir de estas preguntas, este estudio se propone alcanzar los siguientes objetivos: por un lado, identificar los temas principales y los puntos más populares de discusión en los comentarios cuando se sabe que una película es un *remake*; por otro lado, analizar la actitud del público hacia el *remake* y evaluar sus opiniones sobre esta adaptación, así como las razones detrás de dichas opiniones. De acuerdo con estos objetivos, se plantean las siguientes hipótesis: una vez que el público identifica una película como *remake*, sus comentarios se centran en algunos temas recurrentes, lo cual influye directamente en su actitud hacia el *remake*. Asimismo, detrás de los comentarios del público, se ocultan motivos profundos relacionados con la familiaridad cultural y las expectativas narrativas.

## 2. Antecedentes teóricos

### 2.1. Principales enfoques en los estudios sobre *remakes*

En el libro *Film Remakes*, Verevis (2006) sostiene que, para comprender y definir un *remake*, es necesario considerarlo no solo como un sustantivo, sino como un proceso dinámico. Es decir, no es solo una obra fija, sino un proceso de cambio y reinterpretación. En este sentido, Verevis (2006) propone un esquema de análisis: primero, desde la perspectiva industrial, centrado en el proceso de producción; segundo, en términos textuales, abordando género, tramas y estructuras; y tercero, desde la crítica, analizando la recepción por parte de la audiencia. Se nota que gran parte de los estudios se mantiene dentro de este marco, aunque no todos los niveles reciben la misma atención.

Dado que las películas originales y sus *remakes* transnacionales provienen de dos o más contextos culturales distintos, numerosos investigadores centran su atención en el texto fílmico y en el proceso de adaptación textual y cultural, es decir, en lo que Verevis (2006) denomina en términos textuales. Diversos estudios (Ingrassia, 2011; Puebla Martínez, Carrillo Pascual y Copado Sánchez-Rico, 2014; Fernández, 2015; Lavín, Jiménez Sánchez y Navalpotro Sánchez-Peinado, 2017; Kelly Hopfenblatt, 2020; Fithratullah, 2021; Barlan, 2022; Quoc, 2023; Saad, 2023; Chen, Li, Hou y Huang, 2023; Kosachova, 2023) analizan casos concretos, comparando las diferencias y similitudes entre la obra original y su *remake*

en términos de trasfondo narrativo, personajes y tramas específicas. No obstante, Evans (2014) amplía este enfoque integrando el concepto de “canibalismo” de la teoría modernista brasileña. Straubhaar (2007) adopta un enfoque cuantitativo. A través del análisis de los flujos y la distribución de programas televisivos transnacionales y los *remakes*, evalúa la globalización y localización de los contenidos y pone a prueba la teoría de la proximidad cultural.

En comparación con el enfoque horizontal, que se centra en la creación de películas en diferentes contextos culturales, algunas investigaciones abordan el *remake* desde una perspectiva vertical. Por ejemplo, Sala (2017) analiza dos películas contemporáneas argentinas que son *remakes* de filmes de los años sesenta; por su parte, Lara (2020) estudia *La noche de los muertos vivientes* (Night of the Living Dead, George A. Romero, 1968) y su *remake* de 1990, criticando el papel de la mujer en el cine de terror. Asimismo, Rodríguez de Austria, Giménez de Aragón e Iturbe Tolosa (2022) analizan las obras de John Carpenter, destacando cómo sus películas, inspiradas en clásicos, se ha convertido en objeto de *remakes* por parte de cineastas posteriores, dentro de una compleja red de relaciones intertextuales. Hernández-Santaolalla y Raya (2022) realizan un análisis de contenido cuantitativo comparando 13 películas slasher originales de los años 70 y 80 con sus 13 *remakes* del siglo XXI, con el objetivo de examinar cómo se han adaptado estas producciones al nuevo contexto sociocultural.

Además, algunos estudios (Troy, 2016; Calzón García, 2020; Tirado, 2020), desde la perspectiva de las relaciones intertextuales e intermediales, analizan la transición de la literatura a la adaptación cinematográfica y posteriormente al *remake*. Los estudios previos, tanto desde un enfoque horizontal como vertical, coinciden en que la mayoría de las investigaciones sobre *remakes* se centran en el análisis narrativo, estético y de adaptación cultural (Cuelenaere, 2020). Sin embargo, tal como se ha señalado anteriormente, el *remake* es un proceso dinámico que, en esencia, constituye una práctica situada, moldeada por las decisiones y acciones de los distintos agentes implicados. Por ello, prestar atención a estos actores es igualmente fundamental para comprender cómo se articula la circulación cultural en el contexto de los *remakes*. Cuelenaere (2020) enfatiza nuevamente la importancia de no centrarse únicamente en la obra en sí, sino en todos los actores involucrados en el proceso de *remake*, es decir, “quién crea, transforma y recibe los *remakes* cinematográficos” (p. 220).

El bajo riesgo asociado a los *remakes* es la principal razón de su popularidad en el mercado global, ya que su potencial de rentabilidad es un factor clave para productores y distribuidores. Se observa que ya existen estudios relevantes en este campo, como el de Fernández Labayen y Martín Morán (2017), quienes analizan el proceso de *remakes* de dos películas extranjeras en España, concluyendo que la comedia y el thriller son los géneros más populares en los *remakes*. Según Reyes (2023), el thriller, debido a su capacidad de generar miedo y suspenso, tiene mayor potencial para superar barreras culturales.

En contraste, la comedia, a pesar de su gran demanda, presenta mayores dificultades de adaptación debido a las diferencias en los códigos de humor entre culturas. Incluso Jiménez Alcarria y Mejón (2022) analizan el caso de Telecinco Cinema desde una perspectiva industrial, estudiando cuatro películas producidas por esta empresa y concluyendo que sus *remakes* han tenido un mejor desempeño en taquilla que los originales, con una tendencia a recrear principalmente comedias italianas. Además, Cuelenaere (2021a) utiliza entrevistas semiestructuradas en profundidad con expertos de la industria, abordando directamente las motivaciones detrás de la producción de *remakes*.

Según el crítico literario francés Barthes (1977), una vez que una obra es creada y puesta a disposición del público, el autor pierde el control absoluto sobre su interpretación y significado, lo que subraya la importancia de la recepción del público. Del mismo modo, Jensen y Jacobsen (2017) y Gambier (2018) destacan la necesidad de investigar directamente las experiencias y percepciones del público en lugar de suponer cómo las interpretan. Por ejemplo, Monk (2011) analiza las características sociales, intereses, hábitos y experiencias del público respecto a las películas patrimoniales mediante cuestionarios. A pesar de que Acierno (2018) aborda la cuestión desde una perspectiva psicológica centrada en la audiencia, su investigación todavía se enfoca en la interpretación del texto.

Cuelenaere (2021b), en su estudio basado en grupos de enfoque, analiza las opiniones del público sobre la obra original y su *remake* transnacional, concluyendo que los espectadores suelen mostrar una actitud negativa hacia los *remakes*. Aunque la mayoría de los participantes prefieren la versión local por motivos de identificación cultural, su inclinación puede disminuir o incluso desaparecer debido al deseo de ver la versión original. Además,

los espectadores no siempre se preocupan por la fidelidad del *remake* respecto a la obra original, lo que contradice los hallazgos de Mee (2017); sin embargo, Cuelenaere (2021b) sugiere que esto podría deberse a que muchos participantes desconocían que se trataba de un *remake*.

En resumen, gracias a estos estudios, se puede comprender cómo los *remakes* se adaptan a contextos culturales específicos y a los gustos del público objetivo. Al mismo tiempo, a partir de las investigaciones existentes, se observa que el análisis del contenido de las películas ocupa una posición predominante en el estudio de los *remakes*.

## 2.2. *Remakes* en el contexto sociocultural chino

En el “Plan de Desarrollo del Cine durante el XIV Plan Quinquenal”, se propone que para el año 2035 China se convertirá en una potencia cinematográfica, y se enfatiza la necesidad de integrar recursos cinematográficos de alta calidad a nivel global con el fin de impulsar el desarrollo del cine chino (Wang y Zhang, 2024). En este contexto político, los *remakes* han obtenido más atención en el mercado. Tal como lo señalan Zhai y Wang (2024), el *remake* se ha convertido en una parte fundamental del desarrollo de la industria cinematográfica china.

Actualmente, la cantidad de *remakes* ha seguido creciendo, con una mayor diversidad de géneros, y sus fuentes ya no se limitan a las películas de Hollywood o de países cercanos como Japón y Corea del Sur, sino que se han extendido también a las películas de países europeos no anglófonos, como Italia y España (Wang y Zhang, 2024).

El proceso de *remakes* no consiste simplemente en una copia o imitación, sino que implica una selección y adaptación de los elementos culturales (Hong, 2014). El *remake* chino normalmente conserva la estructura narrativa del original, pero en cuanto a las escenas, las relaciones entre personajes, la trama principal y la orientación de valores se adaptan al contexto local (Zhang y Han, 2023). En este proceso, se integran numerosos elementos culturales con características distintivas chinas, específicamente, se enfatizan los valores de la cultura del “De”, como la benevolencia y otras cualidades humanas positivas (Zhang y Han, 2023). Asimismo, se enfocan en los temas de lazos familiares y cambios sociales, donde la estructura ética familiar ocupa un lugar destacado y constituye la base emocional que despierta la empatía en el público chino (Huang y Liao, 2023).

Según Zhang y Han (2023), las obras cinematográficas tienen la misión social de transmitir el espíritu nacional. El *remake*, como uno de sus tipos, también tiene la responsabilidad de orientar los valores positivos. Por ejemplo, en *Drishyam* (Nishikant Kamat, 2015), la familia del protagonista evade la sanción legal, mientras que en el *remake* chino *Sheep Without a Shepherd* (Sam Quah, 2019), el protagonista decide entregarse voluntariamente a la policía. La adaptación local resalta el énfasis en el Estado de derecho y la orientación de valores bajo el contexto sociopolítico chino.

### 3. Metodología

Se ha llevado a cabo un análisis de los comentarios textuales generados en torno a la película *Lose to Win* (el *remake* de *Campeones*), ya que estas críticas reflejan el interés del público por este *remake* y expresan cómo se sienten realmente después de verlo. Los comentarios provienen de la red social Douban, una red social lanzada en 2005 que permite a los usuarios registrar información y contenido relacionado con películas, libros, música, eventos recientes y otras actividades culturales realizadas en territorio chino (Soh y Yecies, 2017).

Los comentarios pueden clasificarse en dos tipos: extensos y breves. Los primeros suelen ser más elaborados y, en algunos casos, escritos por críticos profesionales, mientras que los segundos son más directos y fáciles de entender para el público general. Considerando la dificultad de recopilación y dado que existe una cantidad suficiente de comentarios breves que pueden representar la opinión directa de la mayoría de las audiencias comunes, se ha optado por seleccionar los comentarios breves como base para el análisis. En total, se recopilan 20.000 comentarios. Después de eliminar duplicados utilizando Excel, quedan 19.938 comentarios.

Se utilizan las palabras clave “*remake* [翻拍], adaptación [改编] (algunas audiencias no diferencian claramente entre *remake* y adaptación), original [原作, 原版, 原创], España [西班牙] y *Campeones* [篮球冠军]” para identificar los comentarios relacionados con la obra original española. Se encuentran 709 comentarios vinculados a la obra original. Independientemente de si estos espectadores han visto *Campeones* (Javier Fesser, 2018)

o no, sus palabras reflejan que son conscientes de que esta película es un *remake*. Por ello, estos comentarios constituyen el foco principal del estudio.

Para procesar los comentarios, se utilizan Python y la librería *jieba* para realizar la tokenización y calcular la frecuencia de palabras. Con el fin de mejorar la precisión del procesamiento del lenguaje natural y facilitar el análisis, se implementan los siguientes pasos:

1. **Eliminación de palabras vacías:** Dado que estos textos son el resultado de la escritura emocional de personas reales, algunos comentarios contienen emoticonos, jerga de internet, errores tipográficos y abreviaturas. Por esta razón, se eliminan signos de puntuación, separadores y palabras sin significado real o que aparecen con demasiada frecuencia, pero no aportan valor al análisis, con el objetivo de reducir el ruido en los datos textuales.
2. **Reemplazo de sinónimos:** Algunas palabras tienen significados similares o representan el mismo concepto. Por ejemplo, [影片, 片子, 电影] se refieren a “película”. Asimismo, aunque algunas palabras tienen significados distintos, en este contexto pueden referirse a un mismo concepto, como [体育, 运动], que ambas significan “deporte”.
3. **Diccionario personalizado de palabras:** Muchas palabras son ampliamente utilizadas en la vida cotidiana, pero no todas están incluidas en los diccionarios estándar, y algunas pueden tener múltiples significados según el contexto. Por ejemplo, [开心] significa “feliz”, mientras que [麻花] es un aperitivo chino; sin embargo, [开心麻花] es el nombre de una empresa productora. Para asegurarse de que el procesamiento del lenguaje natural reconozca correctamente términos como [开心麻花] como una única palabra, se añaden diccionarios personalizados después de revisar y analizar los comentarios recopilados.

### El contenido del *remake*

La película original *Campeones* (Javier Fesser, 2018) se inspira en una historia real ocurrida en España, basada en el club Aderes de Burjassot, Valencia. Este equipo de baloncesto,

compuesto por personas con discapacidades intelectuales, ganó casi consecutivamente 12 campeonatos de baloncesto para discapacitados en España entre 1999 y 2014.

El *remake* chino mantiene la premisa de un equipo de baloncesto integrado por personas con discapacidades intelectuales. Muchos espectadores chinos consideran que centrarse en este grupo es un tema valioso, ya que actualmente existen pocas producciones similares en el país. Por esta razón, algunos espectadores están dispuestos a darle una calificación más alta para apoyar y fomentar la representación de este tema.

## 4. Resultados

### Etiquetado de los temas

Al final de la película se menciona que su original es *Campeones* (Javier Fesser, 2018) y no se oculta su identidad como *remake*. Sin embargo, los 709 comentarios que hacen referencia a la obra original o a la adaptación representan una proporción muy pequeña del total, apenas el 3,56%. Este resultado demuestra que la mayoría de los espectadores no subrayan explícitamente que se trata de una adaptación, lo que indica que el público presta más atención a la calidad de la película y a su experiencia individual, en lugar de centrarse en su identidad como adaptación. El análisis de la frecuencia de palabras permite evaluar y reflejar la actitud y el punto de vista de los usuarios. Por ello, calcular la frecuencia de los términos en los comentarios textuales sobre *Lose to Win* (Gao Hu, 2023) facilita la comprensión del foco de atención de la audiencia de manera más clara y directa.

Se identifica que las palabras de alta frecuencia se agrupan en torno a tres temas principales:

1. El contenido de la película, con términos como “punto cómico” y “trama”.
2. Las emociones del público, con palabras como “estupenda” y “motivadora”.
3. El equipo de producción, con términos como “actor” y “una escena posterior a los créditos”.

En la Tabla 1 se presentan las 10 palabras de mayor frecuencia en cada uno de estos temas. Es importante aclarar que las siguientes palabras de alta frecuencia no se incluyen en la tabla por las siguientes razones:

- La palabra “película” [电影] aparece 580 veces; sin embargo, dado que el tema de discusión es la propia película, este término actúa como un concepto general y no aporta información específica, por lo que se ha excluido.
- Dado que los 709 comentarios se filtran utilizando términos como “*remake*”, “adaptación”, “original”, “España” y “*Campeones*”, la alta frecuencia de estas palabras es consecuencia directa del proceso de filtrado inicial. Clasificarlas como términos de alta frecuencia no tiene valor analítico, por lo que no se ha considerado.
- La expresión “personas con discapacidad” aparece con alta frecuencia en los comentarios. No obstante, su referencia varía entre los diferentes comentarios, ya que puede referirse tanto a los personajes discapacitados de la película como a los actores reales con discapacidad. Debido a la ambigüedad de su uso, no se ha incluido en la tabla bajo ningún tema específico.

En cuanto al contenido de la película, los elementos más discutidos son los puntos cómicos y el personaje del entrenador Wei, lo que está en consonancia con las palabras de alta frecuencia relacionadas con la producción, como el actor Wei Xiang, quien interpreta al entrenador, y el género de comedia. Respecto a las emociones del público, la palabra más frecuente es “bien” [不错], lo que refleja que una gran parte de los espectadores tiene una actitud positiva hacia la película.

**Tabla 1. Temas de palabras de alta frecuencia**

<b>Tema 1:</b> <b>Contenido de la película</b>	<b>Tema 2:</b> <b>Emociones del público</b>	<b>Tema 3:</b> <b>Producción de la película</b>
Puntos cómicos - 133	Bien - 103	Comedia - 159
Entrenador Wei - 119	Conmovedora - 51	Wei Xiang - 152
Trama - 94	Motivadora - 45	Mahua Fun Age - 129
Tema - 87	Significativa - 42	Actor - 109
Historia - 85	Estupenda - 42	Localización - 104
Personaje - 74	Cliché - 42	Escena posterior a los créditos - 54
Deporte - 66	Empatía - 36	Wang Zhi - 54
Guion - 63	Apasionada - 33	Actuación - 35
Desenlace - 54	Fuerte - 31	Reputación - 30
Música - 44	Película mala - 25	Equipo - 22

Tabla 1. Elaboración propia

**Etiquetado de comentarios**

De acuerdo con las características de los comentarios analizados, se diseña un formulario de clasificación en el que, si un comentario menciona un determinado aspecto, se le asigna un valor de 1; en caso contrario, se le asigna un 0. De esta manera, se puede contabilizar la frecuencia de cada categoría.

**Tabla 2. Ejemplos de etiquetas**

Número	Contenido	Personaje	Trama	Música	Actor	Equipo de producción	Declaración neutra	Actitud evidente
1956	*	0	1	1	1	0	0	0
3534	**	1	0	0	1	0	0	0

Tabla 2. Elaboración propia

Debido a limitaciones de espacio en la tabla, se presentan a continuación algunos ejemplos de comentarios etiquetados:

**1. Comentario:**

\* *“Es un remake extraño, está lleno de chistes de mal gusto. Wei Xiang actúa como él mismo dice en la película, demasiado dramático, ni siquiera la canción This is Me puede salvar tanta sensiblería.”*

[这翻拍的也太尬了，低级笑料一个没少，魏翔的确如戏里的自己所言表演过于用力，《This Is Me》的插曲也很难拯救无效煽情]

**2. Comentario:**

\*\* *“Como remake chino, vale la pena verla. Se centra en las personas con discapacidad intelectual y es un buen tema. La actuación de Wei Xiang tiene un estilo único. Además, es la primera obra del director, ¡cuatro estrellas como incentivo!”*

[作为一部国产翻拍片来说是值得一看的，关注智力障碍患者，好题材，魏翔的表演独具风格，另外本片一部导演处女作，四星鼓励！]

**Tabla 3. Cantidad de cada tema**

Tema	Cantidad	Subcategoría	Frecuencia
<b>El contenido de la película</b>	456	Personaje	112
		Trama	307
		Música	37
<b>La producción de la película</b>	291	Actor	221
		Equipo de producción	70
<b>Puramente emociones</b>	225	Actitud evidente	210
		Declaración neutra	15

Tabla 3. Elaboración propia

Como se muestra en la **Tabla 3**, el contenido es el aspecto más mencionado, con 456 referencias. Dentro de este tema, la “trama” es el aspecto más discutido, con 307 menciones. Le sigue la categoría de “producción de la película”, con 291 menciones, centrándose principalmente en los actores. En cuanto al tema de “**puramente emociones**”, se observa que la mayoría de la audiencia expresa una actitud evidente hacia la película.

### **Evaluación del público**

Cada usuario puede calificar la película con una puntuación de entre una y cinco estrellas, y estas calificaciones son un factor clave en la evaluación final de la película. Generalmente, las calificaciones de menos de tres estrellas se consideran críticas negativas, mientras que aquellas por encima de tres estrellas se consideran críticas positivas.

Para los comentarios con una calificación de tres estrellas, se realiza una clasificación basada en su contenido específico. Aquellos comentarios que no expresan claramente una actitud son considerados neutrales. Finalmente, se clasifican un total de 709 comentarios, cuyos resultados se muestran en la Figura 1.

**Figura 1. Cantidad de cada tema (incluyendo temas cruzados)**

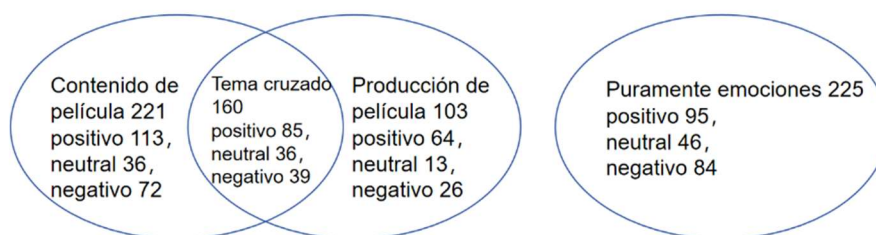


Figura 1. Elaboración propia

Según la Figura 1, a excepción de las emociones puras, el público prefiere discutir solo el contenido de la película y, en segundo lugar, evaluar el contenido junto con la producción. Se observa que, en cada categoría, los comentarios positivos superan en número a los negativos, lo que confirma que el público, en general, reconoce esta adaptación. Se puede destacar que, en la categoría de “puramente emociones”, 84 espectadores expresan su descontento con el *remake*. Además, 72 comentarios reflejan insatisfacción únicamente con el contenido, mientras que 39 espectadores critican tanto el contenido como la producción. Por otro lado, a partir del análisis de las críticas negativas, se identifica que 79 espectadores muestran una clara resistencia hacia los *remakes*. Consideran que esta práctica es una muestra de falta de creatividad y originalidad local, y que recurrir a un *remake* es simplemente tomar atajos. Incluso mencionan que la puntuación de la película se reduce automáticamente debido a ser un *remake*.

Sin embargo, un pequeño grupo de espectadores defiende la adaptación, argumentando que no se deben tener estereotipos o prejuicios simplemente por tratarse de una adaptación. Además, se observa que en muchos comentarios positivos se incluye la frase “aunque es un *remake*”, lo que indica que las expectativas iniciales son bajas. No obstante, después de verla, los espectadores terminan reconociendo su calidad, lo que demuestra una actitud tolerante y justa hacia esta adaptación, en lugar de prejuicios absolutos.

## 5. Discusión

### 5.1. Adaptaciones en el contexto chino

Aunque el *remake* mantiene el enfoque en el grupo con discapacidad intelectual, se han realizado modificaciones en la construcción de personajes y tramas para adaptarlas al contexto cultural chino. Estos cambios ofrecen al público una experiencia única.

### 1. Eliminación de la trama amorosa:

- En la versión original, se explora la relación amorosa del entrenador, mientras que en la versión china se elimina esta parte.
- La figura del encargado mayor se transforma en una joven directora amable, y el conflicto central se centra en la relación entre ella y el entrenador.
- Este cambio presenta dos perspectivas opuestas sobre cómo se debe tratar a las personas con discapacidad:
  - Yue Guang, la directora, insiste en protegerlos de amenazas externas.
  - Wei, el entrenador, cree en enfrentarlos a las dificultades con valentía.

### 2. Escena clave:

- Durante un partido entre un equipo sin discapacidad y el equipo con discapacidad, el capitán inicialmente permite ventajas a los jugadores discapacitados, pero posteriormente compiten sin restricciones.
- La directora irrumpe en la cancha para defender a los jugadores discapacitados, mientras que otros espectadores dentro de la película tienen opiniones diversas, reflejando la dicotomía de posturas.
- 

## 5.2 La ventaja del remake transnacional

Algunos espectadores valoran positivamente la eliminación de la trama romántica, destacando que muchas producciones audiovisuales actuales contienen relaciones amorosas repetitivas, lo que genera fatiga entre el público. Asimismo, el *remake* presenta una innovación significativa al hacer que el entrenador Wei también sea una persona con discapacidad, lo que permite una conexión más profunda entre él y los jugadores del equipo.

En términos deportivos, el *remake* también introduce una variante en el resultado del partido final: en lugar de enfocarse en ganar, el entrenador permite a un jugador hacer la jugada que desea, enfatizando la reconciliación personal sobre la victoria. La censura en China difiere de la clasificación internacional por edades y aplica requisitos uniformes a todas las obras. Esto significa que una película que se realiza públicamente debe ser apta para

espectadores de todas las edades. Por ello, se han eliminado elementos como palabrotas para adaptarse al contexto social y cumplir con la censura china. Concretamente, se han incorporado referencias culturales locales, como el popular baile en plazas realizado por personas mayores, de esta manera se refleja un ambiente social más positivo.

Además del núcleo narrativo sobre “qué actitud se debe tener hacia las personas con discapacidad intelectual”, existe otra línea argumental centrada en “qué actitud se debe tener hacia la competencia o la vida”. Esta es la línea de crecimiento del entrenador Wei. En la película original, el entrenador muestra una actitud indiferente hacia el entrenamiento del equipo de personas con discapacidad intelectual; solo busca cumplir con su deber sin hacer mucho esfuerzo.

Sin embargo, en el *remake*, el entrenador Wei adopta una postura completamente diferente. Desde el principio, se toma en serio tanto los entrenamientos como los partidos, ya que su único objetivo es ganar. El entrenador Wei, obsesionado con ganar, oculta tras ese empeño una herida emocional de su crecimiento, motivada por la necesidad de obtener el reconocimiento de sus padres. Esto refleja una debilidad en la educación familiar china: los padres quieren que sus hijos destaquen y no se conformen con los logros actuales. Por ello, desde la infancia, el entrenador Wei ha intentado demostrar su posibilidad. Al convertirse en entrenador, también continúa las ideas de los padres, lo cual se refleja en su actitud hacia sus alumnos. Por lo que algunas audiencias chinas pueden identificarse con él.

### 5.3. Los puntos débiles

El público cree que la construcción del personaje secundario presenta fallas. En el *remake*, se incorpora intencionalmente al personaje del entrenador Ma con el propósito de resaltar la obsesión de Wei por la victoria a través de su constante competencia con él. No obstante, el personaje de Ma no está suficientemente desarrollado, lo que deja una impresión vaga en los espectadores, quienes no perciben su presencia como algo real. Por ello, algunos espectadores consideran que el entrenador Ma solo se utiliza como un recurso narrativo para oponerse al entrenador Wei.

En cuanto a la representación del grupo de personas con discapacidad intelectual, se presentan problemas similares. En la película original, se muestra la personalidad de cada integrante del equipo, lo que permite al público identificarlos claramente y recordar a cada uno de ellos. Sin embargo, en la versión china, las tramas se centran principalmente en el

entrenador Wei, dejando la caracterización del grupo en segundo plano, con la excepción de Yue Liang. Como resultado, el retrato del grupo es difuso y, aparte de Yue Liang, los espectadores tienen dificultades para recordar a los demás personajes, lo que dificulta la generación de empatía con ellos.

Dado que esta película se enfoca en las personas con discapacidad intelectual, solo a través de una narración auténtica y sincera el público puede comprender la vida y los desafíos de este grupo. De este modo, se facilita la empatía y la reflexión. Sin embargo, varias opiniones revelan que esta película carece de autenticidad y profundidad, y la historia resulta demasiado superficial. Los espectadores sienten que la película no muestra una verdadera preocupación por las personas con discapacidad intelectual, sino que más bien las utiliza como un recurso para generar simpatía y aumentar la taquilla.

Por un lado, los espectadores comparan la película con la vida real y expresan que la historia no es auténtica. Un espectador con experiencia como voluntario señala que el lugar de entrenamiento de los jugadores no se corresponde con la realidad, ya que el escenario mostrado en la película es un espacio demasiado lujoso en comparación con la situación real. Tratar el tema de las personas con discapacidad intelectual es algo sensible. La versión china incluso reasigna el rol cómico, que en la original correspondía a los jugadores con discapacidad, al entrenador, con el fin de evitar controversias públicas. Aunque el público no percibe estereotipos ni discriminación, argumenta que la película embellece en exceso la realidad, ya que en la sociedad actual este grupo es mayormente invisible, y la falta de crítica social en la película reduce su credibilidad. La narrativa se centra en escenas de afecto y cuidado, lo que hace que al público le resulte difícil conectar emocionalmente. China ha considerado el desarrollo de la causa de las personas con discapacidad como un objetivo importante para la construcción integral de una sociedad modestamente acomodada, y desde el XVIII Congreso del Partido Comunista Chino, ha implementado una serie de sistemas de bienestar específicos para las personas con discapacidad (Dai, 2019). Aunque se han dado avances en el plano institucional, la opinión negativa del público mostrada anteriormente indica que en la práctica aún debe mejorar el conocimiento real que tienen los equipos creativos sobre la realidad de las personas con discapacidad.

Por otro lado, el exceso de elementos artísticos provoca que la historia pierda autenticidad. En cuanto a la estética visual, toda la película utiliza un color amarillo cálido para resaltar

la calidez y la humanidad, pero su uso excesivo hace que las escenas carezcan de la vitalidad y autenticidad de la luz natural. Por ello, algunos espectadores opinan que la película parece haber sido filmada en un estudio.

En cuanto a la banda sonora, se recurre con frecuencia a la música para enfatizar las emociones. Por ejemplo, cuando suena la canción popular *This is Me*, muchos espectadores afirman sentirse conmovidos; sin embargo, la sobreutilización de la música hace que la película se sienta como un videoclip musical en lugar de una narrativa cinematográfica coherente.

Para lograr efectos dramáticos o expresar emociones intensas, la película recurre repetidamente a escenas impactantes. Este enfoque narrativo no es fácil de manejar, y su efectividad se percibe en los comentarios del público. Por un lado, la película interrumpe frecuentemente el ritmo narrativo normal para evitar el sentimentalismo excesivo, lo que evita que los espectadores se fatiguen emocionalmente y hace que las escenas emotivas sean más aceptadas. Sin embargo, esto sacrifica en cierta medida la fluidez y coherencia de la historia, debilitando la experiencia de visualización conjunta. Desde la perspectiva de los espectadores, algunas transiciones entre escenas resultan abruptas e incoherentes, careciendo de una preparación y desarrollo adecuados. Se señalan disputas repentinas entre personajes sin una justificación clara, así como inconsistencias en el número de jugadores, lo que afecta la credibilidad de la historia.

#### 5.4 Producción del equipo

Según la página web oficial, la empresa Mahua Fun Age se fundó en 2003 y se especializa en la creación de comedias teatrales, expandiéndose más tarde a otros formatos. En 2009, la compañía lanzó el musical *Sueño Diurno* (Bairimeng, Zhou Shen, 2009) y, en 2011, participó en un concurso de *sketches* organizado por China Central Television (CCTV). En 2012, su obra *La felicidad de hoy* (Jintian de xingfu, Yan Fei, 2012) se presentó en la gala del Festival de Primavera de CMG, lo que les otorgó reconocimiento nacional.

El estilo humorístico de Mahua Fun Age fue muy apreciado por el público chino, ampliando su influencia como marca. En los años siguientes, la compañía comenzó a explorar plataformas digitales, lanzando una *sitcom* que se llamaba *Mahua Fun Age Theater* (Liu Hongtao, 2012). En 2015, su película *Goodbye Mr. Loser* (Yan Fei y Peng Damo, 2015),

adaptada de una obra de teatro, alcanzó el segundo lugar en la taquilla nacional. Desde entonces, la empresa ha desarrollado simultáneamente producciones teatrales y cinematográficas.

Además de adaptar sus propias obras teatrales, en los últimos años Mahua Fun Age ha preferido rehacer películas extranjeras, como *Hello Mr. Billionaire* (Peng Damo y Yan Fei, 2018), *Too Cool To Kill* (Xing Wenxiong, 2022), *Moon Man* (Zhang Chiyu, 2022) y *Wonder Family* (Song Yang, 2023). Por esta razón, muchos espectadores han asumido erróneamente que Mahua Fun Age es la productora principal, al reconocer a algunos actores recurrentes del equipo.

La reputación de Mahua Fun Age ha decaído en los últimos años, y la percepción previa del público condiciona su juicio sobre *Lose to Win* (Gao Hu, 2023). La película *Wonder Family* (Song Yang, 2023) sufre múltiples retrasos y cancelaciones, generando altas expectativas debido a la popularidad de sus actores, pero decepciona al público con una experiencia repetitiva y poco original. Como resultado, las críticas son negativas, y muchos espectadores expresan su rechazo a seguir viendo producciones de la compañía.

En los comentarios analizados, se encuentran críticas similares hacia *Lose to Win* (Gao Hu, 2023), señalando la repetitividad de la trama y la fatiga del público con el estilo del equipo. Además, se les critica por producir principalmente *remakes* en lugar de contenido original. Algunos espectadores también mencionan las actuaciones de los actores. Aunque se elogia la interpretación de Wei Xiang en su papel de entrenador, muchos consideran que el estilo actoral general de la película es exagerado y poco natural. Según Sathvara (2019), la diferencia entre actuar en teatro y en cine radica en la proximidad de la cámara, que captura expresiones sutiles; por ello, la actuación exagerada puede resultar poco realista en cine. Los actores de *Lose to Win* (Gao Hu, 2023) no logran ajustar adecuadamente su estilo, y el propio Wei Xiang ha reconocido su algo exagerada en la película.

Al final de la película, una escena posterior a los créditos revela el proceso de rodaje, mostrando que algunos actores son personas con discapacidad intelectual reales, lo que conmueve al público y aumenta la valoración positiva de la película.

## 6. Conclusiones

A partir del análisis de los comentarios sobre la película *Lose to Win* (Gao Hu, 2023), se identifican diversas actitudes del público chino hacia el *remake* y sus características específicas.

**Enfoque en la calidad más que en la identidad del *remake*:** Si bien algunos espectadores expresan rechazo hacia la práctica de la adaptación, la mayoría prioriza la calidad cinematográfica y la experiencia personal por encima de su condición de adaptación. Esto sugiere que el éxito de un *remake* depende más de su ejecución que de su origen.

**Impacto del contexto cultural en la recepción:** La adaptación de la historia a la cultura china ha facilitado la conexión del público con la trama y los personajes, lo que resalta la importancia de una contextualización efectiva en los *remakes* transnacionales. Sin embargo, el exceso de idealización y la falta de realismo han generado críticas por parte de los espectadores más exigentes.

**Empatía y representación auténtica:** La inclusión de actores con discapacidad intelectual ha sido valorada positivamente, ya que aporta autenticidad y promueve la visibilidad de este grupo. No obstante, algunos espectadores perciben que la película explota este tema para generar simpatía, en lugar de abordarlo de manera más honesta y profunda.

**Percepción del público sobre la industria del cine:** La producción de la película ha sido objeto de escrutinio, especialmente por la implicación de actores y el estilo característico de la compañía Mahua Fun Age, cuyos trabajos anteriores han influido en las expectativas del público. La fatiga del estilo humorístico repetitivo ha provocado cierta insatisfacción entre los espectadores, quienes demandan mayor originalidad en las producciones.

**Deseo de realismo y autenticidad:** Los espectadores tienden a comparar la película con la realidad y muestran descontento cuando las situaciones representadas no se alinean con sus expectativas o experiencias personales. Elementos como la exageración en las actuaciones y la ambientación excesivamente idealizada afectan negativamente la percepción de autenticidad.

**El papel de los elementos visuales y narrativos:** A pesar de la intención de crear una atmósfera cálida mediante la cinematografía y la banda sonora, algunos espectadores

consideran que el uso excesivo de ciertos recursos visuales y musicales resulta artificial, afectando la inmersión en la historia.

Tolerancia hacia los *remakes* con ciertas condiciones: Aunque persisten opiniones negativas sobre los *remakes*, se observa que una ejecución cuidadosa y adaptada culturalmente puede mitigar estos prejuicios. Comentarios como “aunque es un *remake*, está bien hecha” reflejan que el público está dispuesto a aceptar este tipo de producciones si logran ofrecer una experiencia satisfactoria.

En resumen, la calidad es valorada por encima de la identidad de la adaptación; la adaptación de la historia a la cultura china facilita la conexión con el público; y los espectadores prefieren narrativas realistas a idealizaciones exageradas. Es importante señalar que estos hallazgos se basan en el análisis del caso *Lose to Win* (Gao Hu, 2023), por lo que deben interpretarse dentro de este contexto particular.

## Bibliografía

- Acierno, A. (2018). 8½ and the pitfalls of the remake. *IAFOR Journal of Arts & Humanities*, 5(2), 81–87.
- Barlan, Y. (2022). Minik Serçe as a Contrary Example Among the Singer Films in Turkish Cinema. *CINEJ Cinema Journal*, 10(1), 249–272. <https://doi.org/10.5195/cinej.2022.522>
- Barthes, R. (1977). The death of the author. En S. Heath (Ed. & Trans.), *Image, music, text* (pp. 142–148). Fontana Press. (Original work published 1967)
- Calzón García, J. A. (2020). Filología Z: convergencias, redes y metaliteratura en los remakes zombis hispanos. *Brumal: Revista De Investigación Sobre Lo Fantástico = Research Journal on the Fantastic*, 8(2), 87-111. <https://doi.org/10.5565/rev/brumal.713>
- Chen, D., Li, T., Hou, Y. y Huang, Y. (2023). Research on the Localization Strategy in the Remake of Film and TV Drama —Taking the Japanese Remake of Journey to the

- West as an Example. *Communications in Humanities Research*, 13(1), 105-110. <https://chr.ewapublishing.org/article/18d4efc41d3a4cf29ea186b82563d333>
- Cuelenaere, E. (2020). Towards an Integrative Methodological Approach of Film Remake Studies. *Adaptation*, 13(2), 210-223. <https://doi.org/10.1093/adaptation/apz033>
- Cuelenaere, E. (2021a). The Remake Industry: The Practice of Remaking Films from the Perspective of Industrial Actors. *Adaptation*, 14(1), 43–63. <https://doi.org/10.1093/adaptation/apaa016>
- Cuelenaere, E. (2021b). Originality versus proximity: An explorative study of audience reactions to monolingual film remakes. *International Journal of Cultural Studies*, 24(2), 233-249. <https://doi.org/10.1177/1367877920938798>
- Dai, L. (2019). 国务院新闻办发表《平等、参与、共享：新中国残疾人权益保障 70 年》白皮书 [La Oficina de Información del Consejo de Estado publicó el libro blanco *Igualdad, participación y compartición: 70 años de protección de los derechos e intereses de las personas con discapacidad en la República Popular China*]. *现代特殊教育* [Educación Especial Moderna], (19), 5–7.
- Evans, J. (2014). Zhang Yimou's Blood Simple: cannibalism, remaking and translation in world cinema. *Journal of Adaptation in Film and Performance*, 7(3), 283-297. <http://eprints.gla.ac.uk/221751/>
- Fábics, N. (2013). Mothers, Stepmoms and the Brave New Family. Intercultural Remake and Melodrama: an Analysis of the American Stepmom and its Bollywood Remake. *Acta Universitatis Sapientiae, Film and Media Studies*, 6(1), 133-147. <https://doi.org/10.2478/AUSFM-2014-0008>
- Fernández, A. (2015). Estéticas de la violencia en el remake transnacional: Somos lo que hay y We are what we are. *Revista Interpretextos*, 8(14), 113-130.
- Fernández Labayen, M. y Martín Morán, A. (2017). Remakes transnacionales: dinámicas industriales y estéticas. *Fonseca, Journal of Communication*, 14(14), 59–73. <https://doi.org/10.14201/fjc2017145973>

- Fithratullah, M. (2021). Representation of Korean Values Sustainability in American Remake Movies. *Teknosastik*, 19(1), 60-73. <https://ejurnal.teknokrat.ac.id/index.php/teknosastik/article/view/874>
- Gambier, Y. (2018). Translation Studies, Audiovisual Translation and Reception. En E. Di Giovanni & Y. Gambier (Eds.), *Reception Studies and Audiovisual Translation* (pp. 43-66). John Benjamins Publishing.
- Hernández-Santaolalla, V. y Raya, I. (2022). Male monsters still stalk, yet more violent: a comparative analysis of original slasher films and their remakes. *Sexuality & Culture*, 26(3), 1167-1189. <https://doi.org/10.1007/s12119-021-09937-3>
- Hong, S. J. (2014). Three Adaptations of the Japanese Comic Book Boys Over Flowers in the Asian Cultural Community: Analyzing Fidelity and Modification from the Perspective of Globalization and Glocalization. *The Qualitative Report*, 19(1), 1-18. <https://doi.org/10.46743/2160-3715/2014.1290>
- Huang, W. y Liao, C. (2023). “泛亚”实践：当下华语“完美犯罪”片的跨国“翻拍”与跨区域传播 [Práctica “panasiática”: “remakes” transnacionales y circulación transregional del cine chino contemporáneo de “crimen perfecto”]. *New Films*, (2), 133-139.
- Ingrassia, N. (2011). Revenge and Remake: Meir Zarchi’s Day of the Woman and Steven Monroe’s I Spit on Your Grave. *FORUM: University of Edinburgh Postgraduate Journal of Culture & The Arts*, (13). <https://doi.org/10.2218/forum.13.681>
- Jensen, P. M. y Jacobsen, U. C. (2017). The “Three-Leaf Clover”: A Methodological Lens to Understand Transnational Audiences. *Critical Studies in Television: The International Journal of Television Studies*, 12(4), 430–444. <https://doi.org/10.1177/17496020177293>
- Jiménez Alcarria, F. y Mejón, A. (2022). Formas de producción en el cine español. Los remakes participados por Telecinco Cinema. *Revista De La Asociación Española De Investigación De La Comunicación*, 9(17), 233-251. <https://doi.org/10.24137/raeic.9.17.10>

- Kelly Hopfenblatt, A. (2020). Down Argentine Way: los remakes de películas argentinas en Hollywood en los años cuarenta. *Secuencias*, (51), 101–124. <https://doi.org/10.15366/secuencias2020.51.005>
- Kosachova, O. (2023). Western Remakes: Textual and Cultural Aspects. *Media Education (Mediaobrazovanie)*, 19(2), 290-301. <https://me.cherkasgu.press>
- Lara, A. A. (2020). Crítica social en La noche de los muertos vivientes y su remake: aportaciones al rol de la mujer en el cine de terror. *Ars Longa Cuadernos de arte*, (29), 257-270. <https://ojs.uv.es/index.php/arslonga/article/view/15273>
- Lavín, J. M., Jiménez Sánchez, Á. y Navalpotro Sánchez-peinado, J. M. (2017). Siete personajes en busca de un remake: de kurosawa a fuqua, pasando por sturges. *Fonseca, Journal of Communication*, 14(14), 25–44. <https://doi.org/10.14201/fjc2017142544>
- Mee, L. (2017). The Hollywood Remake Massacre: Adaptation, Reception, and Value. En C. Kennedy-Karpat & E. Sandberg (Eds.). *Adaptation, Awards Culture, and the Value of Prestige* (pp. 193-209). Palgrave Macmillan.
- Monk, C. (2011). Heritage Film Audiences 2.0: Period film audiences and online fan cultures. *Participations: Journal of Audience and Reception Studies*, 8 (2), 431-477. <https://www.participations.org/Volume%208/Issue%202/3h%20Monk.pdf>
- Park, M. (2009). Hollywood's Remake Practices under the Copyright Regime: French Films and Japanese Horror Films. En S. A. Lukas & J. Marmysz (Eds.), *Fear, Cultural Anxiety, and Transformation: Horror, Science Fiction, and Fantasy Films Remade* (pp. 107-128). Lexington.
- Puebla Martínez, B., Carrillo Pascual, E. y Copado Sánchez-Rico, P. (2014). Remakes a la española. El proceso de adaptación de series extranjeras en España. *Vivat Academia*, (127), 19–42. <https://doi.org/10.15178/va.2014.127.19-42>
- Quoc, L. B. (2023). Success and Failure of Film Remakes in Vietnam: An Example of Blood Moon Party. *Proceedings of The International Conference on Media Science and Digital Communication*, 2(1), 65-77.

<https://tiikmpublishing.com/data/conferences/doi/msdc/10.1750129506530.2023.2105.pdf>

- Reyes, A. F. (2023). De Latinoamérica a Hollywood: Reflexiones sobre el remake transnacional. *Estudios sobre las Culturas Contemporáneas*, 28(56), 11-24. <https://www.redalyc.org/journal/316/31672451004/31672451004.pdf>
- Rodríguez de Austria Giménez de Aragón, A. M. y Iturbe Tolosa, A. (2022). Remakes, actualizaciones y homenajes fílmicos en la obra cinematográfica de John Carpenter. *Revista De La Asociación Española De Investigación De La Comunicación*, 9(17), 160-179. <https://doi.org/10.24137/raeic.9.17.7>
- Saad, C. (2023). Between Domestication and Foreignization: A Study of How an Italian Film Remake Got Lost in Translation in the Arab World. *Languages*, 8(4), 273. <https://doi.org/10.3390/languages8040273>
- Sala, J. (2017). Modos de reconciliación. Dos remakes de filmes de los sesenta en el cine argentino contemporáneo. Fonseca, *Journal of Communication*, 14(14), 113–129. <https://doi.org/10.14201/fjc201714113129>
- Sathvara, N. P. (2019). Difference between film and theatre. *International Journal of Research in Social Science*, 9(3), 1285-1293.
- Soh, K. y Yecies, B. (2017). Korean–Chinese Film Remakes in a New Age of Cultural Globalisation: Miss Granny (2014) and 20 Once Again (2015) along the Digital Road. *Global Media and China*, 2(1), 74-89. <https://doi.org/10.1177/2059436416687105>
- Straubhaar, J. D. (2007). *World Television: From Global to Local*. Sage.
- Tirado, R. M. (2020). Reajustes de la violencia en una novela, su adaptación al cine y un remake: “El secreto de sus ojos”. *Kamchatka. Revista de análisis cultural*, (16), 543-558. <https://ojs.uv.es/index.php/kamchatka/article/view/17661>
- Troy, M. H. (2016). Dealing with the Uncanny? Cultural Adaptation in Matt Reeves’s Vampire Movie Let Me In. *American Studies in Scandinavia*, 48(1), 25-41. <https://doi.org/10.22439/asca.v48i1.5359>
- Verevis, C. (2006). *Film Remakes*. Edinburgh University Press.

- Verevis, C. (2017). New Millennial Remakes. En F. Kelleter (Ed.), *Media of Serial Narrative* (pp. 148–166). Ohio State University Press.
- Wang, J. y Zhang, Z. (2024). 文化移植·文本转换：电影史视角下的翻拍策略解读 [Cultura transplantada y conversión textual: Una interpretación de las estrategias de remake desde la perspectiva de la historia del cine]. *电影评介* [Reseña Cinematográfica], (6), 53-58. <https://doi:10.16583/j.cnki.52-1014/j.2024.06.002>.
- Zhai, Y. y Wang, Z. (2024). 《热辣滚烫》：跨文化翻拍中的价值偏移与文本悖论 [YOLO: Desplazamiento de valores y paradoja textual en el remake transcultural]. *科技传播* [Comunicación Científica y Tecnológica], 16(21), 74-78. <https://doi.org/10.16607/j.cnki.1674-6708.2024.21.018>.
- Zhang, L. y Han, Y. (2023). 类型移植、话语重构与美学置换：中国翻拍电影的民族化改写 [Trasplante de género, reconstrucción discursiva y desplazamiento estético: la reescritura nacionalizada de los remakes en China]. *Movie Literature*, (11), 60-67.