

De *Betty, la fea* a *Ugly Betty*. Circulación y adaptación de narrativas televisivas

From *Betty, la fea* to *Ugly Betty*. Circulation and adaptation of TV narratives

SANDRA L. MURILLO SANDOVAL, Universidad del Mar Campus Huatulco e Instituto de la Comunicación Santa Cruz Huatulco, Oaxaca, México (sandramsandoval@yahoo.com.mx)

DR. LUIS ESCALA RABADÁN, El Colegio de la Frontera Norte. Departamento de Estudios Culturales. Tijuana, Baja California, México (luiser@colef.mx)

RESUMEN

En este artículo se examina la adaptación de la telenovela colombiana *Yo soy Betty, la fea* al serial estadounidense *Ugly Betty*, con el propósito de examinar el proceso de construcción simbólica de la fealdad a partir de la condición étnica de su personaje central. Para ello, se evalúa el discurso desarrollado a través de dicho personaje, Betty Suárez, que sirve como vehículo para elaborar una narrativa de identidad nacional sobre la población latina en Estados Unidos. La serie permite visualizar la propuesta televisiva de una sociedad figurada que constituye una alternativa de construcción simbólica de un grupo social como el latino. A través del análisis narrativo se explica la reformulación de las oposiciones simbólicas en ambos mundos (latino y anglo) lo cual dará paso a la paulatina aceptación de Betty no solamente en términos de su no-belleza física, sino también de su condición étnica y social.

Palabras clave: televisión, inmigrantes, semiótica narrativa, representaciones mediáticas, latinos, Estados Unidos.

ABSTRACT

In this paper, we assess the adaptation of the Colombian soap opera *Yo soy Betty, la fea* to the US TV series *Ugly Betty*, and explain the process of symbolic construction of ugliness, based on the ethnic condition of the main character. We examine the discourse built around Betty Suarez, which works as a resource to forge a narrative of national identity on the Latino population in the United States. The resulting series makes possible to point out the televised proposal of a represented society that constitutes an alternative symbolic construction of Latinos as a social group. This narrative analysis explains the reformulation of the symbolic oppositions in both worlds (Latino and Anglo) which shows the gradual acceptance of Betty not only in terms of her physical non-beauty, but also of her ethnic and social condition.

Keywords: television, immigrants, narrative semiotics, media representations, Latino immigrant population, United States of America.

•Forma de citar este artículo:

Murillo, S. y Escala, L. (2013). De *Betty, la fea* a *Ugly Betty*. Circulación y adaptación de narrativas televisivas. *Cuadernos.info*, 33, 99-112. DOI: 10.7764/cdi.33.531

INTRODUCCIÓN

Este artículo tiene como objetivo describir la forma en que productos televisivos creados localmente son adaptados para su consumo global. Específicamente, se quiere explicar el funcionamiento de narraciones mediáticas seriales. Una telenovela, un serial televisivo, un comercial publicitario, una película o un *talk show* son ejemplos de narraciones que circulan por los medios y que llevan en sí mismas la condición de proyectar un mundo culturalmente posible. Se busca reflexionar en torno a cómo las narraciones seriales televisivas, al construir mundos culturales posibles, invitan al lector a interpretar ese mundo a partir de su repertorio cultural. La comprensión de ese mundo forma parte del sistema cultural de algún sujeto, sistema determinado por los esquemas conceptuales del referido sujeto¹ (Eco, 1979).

Para avanzar en el objetivo señalado, utilizaremos la telenovela *Yo soy Betty, la fea* y su adaptación al consumo anglosajón a través de la serie de televisión *Ugly Betty*². Este caso es particularmente interesante, por la forma en que fue traducida a un espacio cultural distinto, sobre todo por la manera en que pasó de ser un producto local a ser uno global. En la narrativa serial se ven claramente los procesos por los cuales una historia que fue creada en un ámbito cultural preciso, al circular por un medio masivo como la televisión, se convierte en un producto que puede ser adaptado para la venta y el consumo, como objeto cultural. Tal proceso es característico de las funciones de la industria y del mercado televisivo, lo que ha permitido que una telenovela como *Yo Soy Betty, la fea* pase por tres diferentes modelos de venta y adaptación: i) su emisión en la versión original; ii) su producción local adaptada, es decir, la adaptación que cada país hará sobre el guion original; iii) su producción que es importada y adaptada (por ejemplo, la transmisión de *Ugly Betty* para la televisión italiana, o la transmisión de la versión mexicana *La fea más bella* para público en España) (Medina & Barrón, 2010, p. 88). El estudio que se presenta está enfocado en explicar el segundo modelo (producción local adaptada), que ayudará a visualizar las formas en que la adaptación siempre viene acompañada de transformaciones estructurales y de contenido. Tales transformaciones serán observadas a partir de una semiótica del texto.

El fenómeno de la adaptación o la traducción audiovisual requiere de un proceso a través del cual una serie de referentes narrativos encuentra su equivalente en un nuevo sistema cultural. La historia de *Yo soy Betty, la fea* ha circulado por diversos sistemas culturales, en

los cuales ha sido reconstruida y adaptada utilizando como base la fábula anderseniana “El patito feo”. A través de tal narración se construye un mundo culturalmente posible³ en el que existe una chica “fea”, según cánones estéticos específicos (por ‘específicos’ se alude a lo estéticamente posible y correcto para cada sistema cultural), la cual, gracias a sus habilidades intelectuales, logra ascender en un entorno donde es naturalmente rechazada. Es importante señalar que en el ámbito académico hay diversos estudios sobre los procesos de adaptación que la telenovela ha tenido. Dos ejemplos interesantes al respecto son el trabajo de Abhijit Roy (2011), que busca explicar las características del mercado televisivo en la India, los patrones de consumo y la narrativa; y el de Adriaens y Biltereyst (2012), en el que examinan la globalización del formato y el consumo de la telenovela latinoamericana en las esferas europeas, así como la manera en que se representan las identidades nacionales en el proceso de adaptación.

El caso en estudio, como se mencionó anteriormente, es la adaptación norteamericana de dicha telenovela. En dicha versión aparecen dos cambios a nivel de contenido que son relevantes: i) Betty es construida como una chica hija de inmigrantes indocumentados de origen mexicano en Estados Unidos; y ii) su fealdad es construida a partir de sus rasgos étnicos, los cuales a su vez sirven como vehículo para diferenciarla de otras etnias. Estas características de la transnacionalización de productos culturales permiten reflexionar sobre la capacidad que tiene la ficción televisiva de mediatizar y modelar fenómenos sociales como la migración, la interculturalidad o la multiculturalidad. Esta observación lleva a plantearse la siguiente pregunta: ¿cuáles son los procesos que permiten la creación de ficciones televisivas que mediatizan un fenómeno social, como la migración o la diferencia cultural?

Sin duda, el proceso de adaptación de la telenovela estudiada al serial puede operar como indicador de una creciente demanda en Estados Unidos con respecto a productos televisivos de origen mexicano y latinoamericano. Sobre todo, de la creciente demanda por generar nichos de mercado de corte étnico (Piñón, 2012) en la población hispanohablante en Estados Unidos, la cual suele identificarse o nominalizarse como hispanos, latinos, mexicano-estadounidenses o chicanos.

Finalmente, tal proceso de adaptación o traducción cultural⁴ lleva a cuestionarse respecto de cuáles son los procesos simbólicos textuales sobre los que se apoyan tales construcciones. Para los fines de este artículo, se busca analizar precisamente los procesos simbólicos de construcción de los signos que se materializan en la

historia de *Ugly Betty*, y que permiten el surgimiento y la lectura de un mundo posible anglo-latino donde cabe la existencia de una chica “fea” que, además, es hija de un inmigrante mexicano sin documentos (“ilegal”, como le llaman en la ficción televisiva) en Estados Unidos.

En las secciones subsiguientes de este artículo se examinan las relaciones entre el concepto de fealdad y la identidad de la población inmigrante latina en Estados Unidos, la cual se podría considerar una identidad nacional, entendida como una forma específica en que una identidad social es ‘discursivizada’ por el lenguaje y otros sistemas semióticos (Adriaens & Biltereyst, 2012, p. 6), para analizar la reconfiguración de las relaciones entre dicha identidad (a través del uso del personaje Betty Suárez) y la sociedad dominante estadounidense (representada por su entorno laboral y personajes que lo habitan). La relación de Betty con su entorno construye un mundo posible que está estructurado a partir de relaciones binarias de oposición simbólica (belleza-fealdad, migrante latino-mundo anglosajón, entre otras). Para ello, el referente empírico de nuestro análisis consistió en los 23 episodios de la primera temporada de esta serie⁵. Se considera que la primera temporada refleja de manera precisa no solo las características centrales de la teleserie en general, sino también las transformaciones y reapropiaciones estructurales y de contenido que experimenta un producto, en materia de representaciones culturales, durante su proceso de adaptación.

MARCO TEÓRICO

La telenovela ha sido y es un género que se ha expandido, globalizado y transnacionalizado⁶, a través de la construcción de historias y temáticas que permiten su circulación por el mundo (Uribe, 2008). *Yo soy Betty, la fea* es uno de los casos más significativos de venta tanto de la versión original, como del formato. La manera en la que este producto cultural fue adaptado y reapropiado en diversos lugares del mundo constituye un claro ejemplo del proceso de transnacionalización cultural. Fue vendido a las empresas *Televisa*, *Sony Pictures Television International* (SPTI) y *Fremantle Media*, las cuales a su vez vendieron su versión en muchos otros países, incluido Estados Unidos, a través de la cadena ABC. La telenovela colombiana fue escrita originalmente por Fernando Gaitán (autor también de otras telenovelas de éxito mundial, como *Café con aroma de mujer*) y producida por RCN en 1999. En ella se narra la historia de Beatriz Pinzón Solano, una chica con una educación conservadora, inteligente, idealista y

tímida que es físicamente fea. Betty consigue trabajo en una empresa llamada *Eco Moda*, que está a cargo de Armando Mendoza. A su llegada es estigmatizada como una mujer “fea”, puesto que su apariencia no coincide con la de las otras chicas que trabajan allí. Se enamora de su jefe, pero este la engaña, y cuando Betty descubre el engaño, deja su empleo. Betty regresa transformada física (más “bella”) y emocionalmente, por lo que el anterior rechazo se convierte en aceptación.

Según la actriz en el papel protagónico, Ana María Orozco, esta telenovela fue un “parteaguas” narrativo en Colombia, puesto que:

En Colombia, un país azotado por las luchas internas, esta telenovela representa un escape de la realidad en una nación abrumada. En *Betty* no se habla de guerrillas ni de narcotráfico. Es un mundo paralelo a todo lo demás que sucede en el país. Creo que esta es una forma para que la gente se olvide de la realidad, a la vez que reímos un poco durante media hora o una hora al día. (*El Universal*, 2005)

Sin embargo, la importancia de esta historia radica en que, fuera de Colombia, se convirtió en un producto cultural transnacional que permitió que muchas culturas se identificaran con el personaje y la trama. Las interacciones diarias de los personajes mostraban diversos aspectos de la realidad social de aquel país que, sin embargo, son compartidos por diversas naciones: las marcadas diferencias sociales, económicas, racial-étnicas, educativas y de género. Tales temáticas contribuyeron a su proceso de transnacionalización.

La premisa fundamental de la historia es que la protagonista elegida para ser el personaje principal debe ser una persona bella (según los paradigmas de belleza de cada cultura) que es “afeada” con el uso de frenillos dentales, lentes gruesos, ropa vieja y holgada, entre otros. Tales elementos contribuyen a que, al final de la historia, ella pueda mostrar una dramática transformación física. De acuerdo con Santander (2009), el conflicto principal en el que se desarrolla la historia original no era extraño para los colombianos, ya que a mediados de la década de los noventa diversas series melodramáticas abordaban con frecuencia la historia de un hombre enamorado de una mujer caprichosa y materialista, el cual confiaba sus pesares a una mujer socialmente inadaptada, de quien se llegaría a enamorar⁷. Santander señala que la diferencia sustancial es que Fernando Gaitán se dio cuenta de que había una dificultad en el público latinoamericano para identificarse con el sufrimiento masculino. Así, pudo advertir que Betty encarnaba el ideal femenino de heróina, de sacrificio por amor; “su comportamiento, de hecho, no

es ni atractivo, ni sensual, ni liberador, sino cariñoso, protector y conservador” (Santander, 2009).

Es así como Betty es aceptada como un “modelo” de realidad por la sociedad debido a que hace verosímil la transformación de la fealdad a la belleza (no solo la estética, sino la de su propio sistema de valores). Estos rasgos son los que han permitido la comparación de la telenovela con la fábula de Hans Christian Andersen “El Patito Feo”. Al igual que el cuento de Andersen, Betty es la chica fea de su vecindario, de su lugar de trabajo, la niña que creció sin seguridad y que es despreciada por los hombres y por la sociedad. Según Santander (2009), esta característica permite a Betty desarrollar su inteligencia, es decir, no le queda otro remedio que ser inteligente. Tales elementos construyen una realidad cultural posible donde el espectador tiene que desempeñar el papel de protector de la chica rechazada.

Este modelo narrativo también contribuye al fenómeno de la glocalización de la ficción televisiva, entendida como “la interacción entre factores globales y locales que resultan en productos distintos en áreas geográficas diferentes” (Adriaens & Biltreyst, 2012, traducción nuestra). Estos procesos suponen, según los autores, la flexibilidad que tienen los mercados televisivos de integrar contenidos locales en ideas globales; y la localización, que se usa como sinónimo de personalización de contenidos universales. De esta forma, la historia en cuestión fue transmitida y retransmitida en más de cien países en su versión original, traducida a más de quince idiomas y adaptada⁸ en más de veintidós países. La tabla 1 ilustra las diversas adaptaciones de la telenovela, el año en que salieron al aire y el título de la adaptación correspondiente.

Una característica del proceso de adaptación es la elección del título, ya que en ello se encuentra una de las principales premisas de lectura respecto de la historia y la fealdad. Al ser una narración, esta debe ser guiada a través de un proceso de lectura sobre la fealdad o la belleza y los valores asociados a la protagonista. Esta ficción televisiva es considerada como una narración, porque se identifica en ella una serie de descripciones que, como Van Dijk (en Eco, 1979) explica, “requieren para cada acción un agente, una intención de un agente, un estado o mundo posible, un cambio, junto con su causa y el propósito que lo determina; a esto podrían añadirse estados mentales, emociones, circunstancias” (p. 153). Es así como la narración televisiva se convierte en un texto que construye un mundo posible, es decir, un mundo que cuenta con un conjunto de individuos dotados de propiedades. En tal mundo se desarrollan acon-

tecimientos posibles que remiten a estados de cosas o secuencias de estados de cosas reales, pero que en su construcción son culturales. Como señala Eco (1979), “ningún mundo posible podría ser totalmente autónomo respecto del mundo real, porque no podría caracterizar un estado de cosas máximo y consistente a través de la estipulación *ex nihilo* de todo su ‘mobiliario’ de individuos y propiedades” (p. 185). Esto significa que al prever un mundo posible se busca atender, en gran medida, al mundo real de la enciclopedia del lector del texto.

Yo soy Betty, la fea y sus diferentes adaptaciones permiten al lector realizar distintos procesos extensionales e intencionales¹⁰, en cooperación con el texto al momento de interpretar ese mundo que describe la existencia de una mujer “fea” o una “mujer latina”. Un mundo narrativo no solo es significante en la medida en que una proposición como “mujer fea” o “mujer latina” se verifica en el mundo de nuestra experiencia (problema intencional), sino que la noción de mundo posible permite desplazar los problemas intencionales a una perspectiva extensional. Así, cuando un texto narrativo propone que una propiedad vale para un individuo en un mundo posible, y plantea cierta proposición como verdadera en un mundo posible, ello “significa establecer que el texto ejecuta ciertas *estrategias discursivas* para presentarnos algo como verdadero o como falso, como objeto de mentira o de reticencia (secreto), como objeto de creencia o como proposición afirmada para ‘hacer creer’ o para ‘hacer hacer’” (Eco, 1979, p. 260). Todo esto es parte de la construcción de un nivel ideológico en el texto, que se verifica a través de las propiedades del mundo narrado y las propiedades asignadas al sujeto que realiza las acciones al interior del texto.

Las características anteriormente descritas permiten corroborar la necesidad de analizar las operaciones que se realizan para contarnos un mundo posible, donde una mujer “fea” entra a un mundo “bello” en el que es rechazada naturalmente por no encajar en los cánones estéticos de dicho entorno, y a pesar de eso logra triunfar. Más aún, es necesario poner la mirada en las narraciones que por tales características logran globalizarse y permiten procesos de interculturalidad a partir de los mundos narrativos que desarrollan. Tales procesos son determinantes en la historia de *Yo soy Betty, la fea*, que fue vendida y adaptada en todo el mundo respetando diversos rasgos o propiedades del mundo posible que fue construido en ese relato, y que determinan su sistema de valores morales, epistémicos y éticos.

Tabla 1. Adaptaciones oficiales internacionales de la telenovela *Yo soy Betty, la fea*⁹

País	Productora	Año de la Producción	Título de la Serie
Colombia (original)	RCN	1999	Yo soy Betty, la fea
India	SET India	2003	Jassi Jassi Koi Nahin No hay nadie como Jassi (<i>El País</i> , 2007)
Israel	SET Israel	2003	“תרעומה יתסא” Esti Ha'mechoeret Esti, la fea (Campos, 2009)
Alemania	SAT1	2005	Verliet in Berlin Enamorada en Berlin (<i>El País</i> , 2007)
Rusia	CTC Network	2005-2006	Ne Rodis Krasivoy No naciste bella (<i>El País</i> , 2007)
Turquía	Show TV y Kanal D	2005	Sensiz Olmuyor No consigo trabajar sin ti (Campos, 2009)
México	TELEvisa	2006	La fea más bella (Esmas, 2006)
Holanda	Talpa/Tien	2006	Lotte (<i>El País</i> , 2007)
Estados Unidos	ABC	2006	Ugly Betty Betty, la Fea (<i>El País</i> , 2007)
España	Tele Cinco	2006	Yo soy Bea (Corina, 2006)
Grecia	MEGA CHANNEL	2006-2007	Maria I asximi María la fea (Lagarto, 2013)
Croacia	RTL Televizija	2007	Ne Daj se, Nina No te rindas Nina (Capos, 2009)
Bélgica	VTM	2007	Sara (Campos, 2009)
República Checa	TV Prima	2008	Osklivka Katka Katka la fea (Campos, 2009)
Filipinas	ABS-CBN	2008	I love Betty, la fea (Lagarto, 2013)
Vietnam	Phim	2008	Co Gai Xau Xi Chica fea (Campos, 2009)
Polonia	TVN	2008	BrzydUla Ula la fea (Brzydula, s.f.)
China	Televisa-RCN-Hunan Satélite-Nesound	2008	Chou Nu Wu Di La fea sin rival (<i>El Universal</i> , 2009)
Brasil	REDE RECORD- TELEvisa	2009	Bela, a feia Bela la fea (Rede Record, 2010, Bela la feia, 2009)
Georgia	TV TERMETIS (TV11)	2010	Gogona Gareubnidan La chica de los suburbios (Lagarto, 2013)
Países Arabes	SONY	2013	Heba Regel- El Ghorab (Ouriques, 2013)

Fuente: Elaboración propia.

Al respecto, la telenovela colombiana y la serie estadounidense *Ugly Betty* manejan una historia de base sobre la que se construye una expresión distinta. Esta historia en las dos versiones es la de una chica intelectualmente sobresaliente que por su fealdad es marginada. En la parte final de la telenovela colombiana, es sometida a un cambio físico dramático, lo que le permite ser bella y casarse con el amor de su vida. En contraste con la versión colombiana, en la serie estadounidense Betty Suárez no se somete a ese tipo de transformación física (a pesar de que en algún momento sobre la última temporada se deshace del fleco y los frenillos). Ambas versiones fueron creadas bajo el formato que mezcla comedia y drama, dando paso a una nueva construcción híbrida, a la que Lacalle (2005) denomina *dramedy*. Lo anterior significa que la construcción del universo narrativo de Betty, como un personaje global, es distinta según el contexto en que se desarrolla. En principio, hay una marcada diferencia entre la construcción simbólica del universo de Betty en la versión original colombiana y sus posteriores reproducciones. Ese universo (constituido por un espacio, tiempo y sujeto), en la versión estadounidense se focaliza en la representación de las posibilidades de inserción y aceptación del “otro” –en este caso, la población latina– en la sociedad estadounidense contemporánea.

De esta forma, la diferencia entre *Yo soy Betty, la fea* y *Ugly Betty*¹¹ no solo radica en el formato de la historia (telenovela, esto es, una historia que se construye a partir de fragmentos que se denominan “capítulos” a través de los cuales construye continuidad; o serie, es decir, la continuidad está determinada por macro y micro relatos que funcionan con base en dos factores: i) una situación que es siempre muy parecida; y ii) un determinado número de personajes que son protagonistas.), sino en el uso que se hace del personaje según su contexto. Asimismo, el uso de elementos raciales y étnicos en la teleserie también alude a una lógica comercial de consumo dirigida a la comunidad hispana, que representa el 12,5 por ciento de la población de Estados Unidos. Aunado a lo anterior, es sin duda importante analizar cómo la estructura narrativa de un texto televisivo, en este caso la de las telenovelas y la serie *Ugly Betty*, posibilita acceder a las formas que asume el significado como proceso social de comunicación en el espacio mediático estadounidense.

Esto lleva a plantear un último aspecto con respecto a la teleserie *Ugly Betty*. No es casual que retome la figura de personajes latinos para sus construcciones televisivas, primordialmente porque su inclusión mediática ha ido en aumento en Estados Unidos. En ese sentido,

se ha modificado notablemente la percepción que se tiene de dicha población. Esto se ha podido visualizar especialmente en algunos programas de televisión de cadenas anglófonas que han optado por incluir dichos personajes en sus historias. Es el caso de programas que incluyen en sus formas narrativas personajes latinos en *networks* tradicionales (NBC, ABC, CBS) o por cable (HBO, FOX, Nickelodeon, WB, entre otros): *The brothers García* (Nickelodeon, 2000-2003) y *Dora the explorer* (Nickelodeon, 2000-); *Desperate housewives* (ABC, 2004-); la serie de médicos *Scrubs* (NBC-ABC, 2001-); *Grey's Anatomy* (ABC, 2005-); *Modern family* (ABC, 2009); y recientemente *Rob!* (CBS, 2012), entre otras series. En estos programas se presentan diversos personajes latinos, algunos incluso con roles protagónicos. Dicha inclusión televisiva obedece en buena medida a razones de mercado sobre el consumo de lo que llaman el nicho étnico (De Mora, 2003), esto es, el consumo de los hispanos en Estados Unidos.

El acceso a la televisión llamada ‘generalista’¹² se da a través de cuatro canales que se disputan la audiencia del público hispano en Estados Unidos: Univisión, Telemundo, Azteca América y TeleFutura. Según Prado y Delgado (2007), el más veterano y el que tiene mayor audiencia entre el público hispano es Univisión, que llega al 99 por ciento de la población hispana (en su calidad de la minoría étnica y racial más grande de ese país). Telemundo llega a un 93 por ciento de la población y además pertenece al grupo NBC, mientras que Azteca América maneja un 88 por ciento de la población hispana. Sin duda, las cadenas anglófonas tuvieron que evaluar de qué forma podían conseguir parte de ese mercado de 45,5 millones de hispanos. Esto explica por qué algunas cadenas se han dedicado a hacer adaptaciones de telenovelas latinas con versiones en inglés, y por qué la cadena ABC (que ocupa el quinto lugar dentro de las *networks* más vistas por hispanos) incorporó esta versión en inglés. Tampoco debe olvidarse, al respecto, que Latinoamérica es el principal creador de telenovelas en el mundo.

Las referencias anteriores dan una idea de por qué una narración que construye un mundo posible a partir de la situación social de la población mexicano-estadounidense puede llegar a tener tanto éxito. Y sobre todo cuando se piensa en la forma en que las ficciones televisivas ayudan en la construcción de identidades nacionales (Adriens & Viltreyst, 2012, Lacalle, 2008) o identidades étnicas (De Mora, 2003).

Los cambios realizados a la historia revelan datos importantes, tanto en materia de usos económicos como de representaciones simbólicas, las cuales son

indicios que permiten resaltar cómo esta serie televisiva ha transformado algunas pautas con respecto al consumo cultural. *Ugly Betty* logró incluir de manera novedosa a dos o más comunidades—latinos de ascendencia migrante y estadounidenses nativos— a través de conceptos universales manejados en la narración, los cuales han podido homologar su forma de consumo. De esta forma, es posible observar cómo las cadenas norteamericanas están poniendo su atención y su dinero en productos especializados de la televisión para hispanos, y permite identificar qué géneros de este mercado están siendo atractivos para audiencias diversas. A su vez, dichas audiencias, de acuerdo al momento histórico, están eligiendo el consumo de productos también innovadores y que, al mismo tiempo, les hablen a sus necesidades afectivas y a su mundo insertado en una realidad global (García, 2008).

Así, *Yo soy Betty, la fea* y *Ugly Betty* son ejemplos de adaptaciones de productos culturales que tienden a reproducir espacios simbólicos a través de mundo narrativos, y eso permite visualizar los procesos de lectura que se requieren para actualizar el contenido de la narración. *Ugly Betty* es la muestra de cómo una adaptación se logra a través de diversas lógicas: una comercial, una de condición histórica de un género atípico en Estados Unidos, una política (por la situación de la población latina de ascendencia migrante en Estados Unidos) y una de reproducción social y cultural que permite observar procesos transnacionales de circulación y consumo mediático de narrativas.

La última observación que se hará con respecto a la ficción como un producto comunicacional y como sistema de significación, será para delinear la perspectiva metodológica elegida para el análisis del texto televisivo. Para ello, es importante entender el papel de las narrativas mediáticas dentro de los procesos comunicativos, así como en los procesos de circulación en que participan en tanto objetos culturales. De hecho, la exigencia de estudiar a los medios en relación con procesos culturales que intervienen de alguna manera en la vida social ha tomado gran importancia al interior de la investigación social. En ese sentido, la ficción televisiva es vista como un texto que se genera en un tiempo y espacio determinados, ya que todo lo que afirma y el modo en el que lo hace, según Casetti (1999), reestructura la realidad circundante. El texto televisivo se vislumbra así como un objeto que posee una función social, que construye sentido y significado, que genera redes discursivas dentro del espacio de la cultura.

Las ciencias sociales y las humanidades han prestado especial interés a entender qué es la cultura, quién la produce y cómo se produce. La cultura, según Edles (2000), puede tener tres acepciones: i) como actividad humanística, refinada y de actividades de elites artísticas; ii) como visión global de las formas de vida de un individuo o grupo; y iii) como un sistema de intercambio de símbolos. Estas categorías corresponden a acepciones de carácter estético, etnográfico y simbólico. El carácter simbólico de la cultura la sitúa en el lado extremo de lo natural, abarca todo lo que no es común al ser humano, todo lo que ha aprendido, todo aquello a lo que ha otorgado significado, observable a través de ciertos patrones, y todo lo que depende de la vida social, los campos sociales, los discursos y las normas.

Así, todas las prácticas sociales son potencialmente simbólicas y, por lo tanto, potencialmente culturales: cualquier tipo de objeto cultural y su relación con la sociedad podrán ser examinados como un sistema que produce significados. Eso lleva a pensar que un estudio que involucre la comunicación, la cultura y lo simbólico debe ser abordado desde una perspectiva semiótica.

Klinkenberg (2006) explica que la tarea de la semiótica es responder a la pregunta sobre cómo conocemos el mundo, cuestión que lleva a esta disciplina a ocuparse de la estructura del universo. Se tiene acceso al mundo por medio del sistema de conocimiento o valores de una cultura y las funciones que la misma ha determinado para comprenderlo a través de sus unidades. Existe, entonces, según este autor, una porción del universo material asociada a una porción del universo conceptual, es decir, el signo “da testimonio de una cierta estructuración del universo (cosas, sensaciones, valores...), válida para determinadas personas, bajo ciertas circunstancias dadas” (p. 50).

Teóricos contemporáneos (Deely, 1996; Zecchetto, 2002; Fabbri, 2004; Eco, 2005) coinciden en afirmar la semiótica como la teoría de los signos. Para Zecchetto (2002), la semiótica es un punto de vista sobre la realidad, “una mirada acerca del modo en que las cosas se convierten en signos y son portadoras de significado” (p. 10), la cual, sin embargo, no solo abarca la descripción de signos y significados, sino que explica la semiosis como “la dinámica concreta de los signos en un contexto social y cultural dado”. Por su parte, Desiderio Blanco (2006) explica que la semiótica debe ser entendida como un proyecto científico (como lo definía Greimas) que tiene por objeto de estudio la significación, el cómo se produce y cómo se aprehende la significación. De esta forma, la semiótica busca explicar cómo se conoce el mundo, cómo se piensa, cómo

se razona y cómo es que a través de los signos se lo estructura y dota de significado.

Una contribución fundamental al respecto es la vertiente desarrollada por el semiólogo Umberto Eco, que tiene como objetivo el estudio de los sistemas significación. Eco (2005) ha dedicado especial interés al estudio de la cultura a través de los procesos de comunicación en las sociedades. Afirma que la cultura por entero es un fenómeno de significación y de comunicación, y que humanidad y sociedad existen solo cuando se establecen relaciones de significación y procesos de comunicación (p. 24). Por otro lado, la perspectiva que proviene de la llamada semiótica generativa, representada por autores como Algirdas Julien Greimas, propone el estudio de la lógica del sentido a través de la observación de los discursos que adquieren la forma de un relato (Dallera, 2005). Esta perspectiva, que proviene de una corriente estructural del lenguaje, es de utilidad para el análisis de cualquier discurso. Klinkenberg (2006) clasifica tal semiótica como prescriptiva, puesto que parte de un modelo diseñado para observar un proceso. Para los que estudian la comunicación mediática, esta perspectiva es de vital importancia, debido a que la construcción del relato es observable mediante un modelo formal que permite determinar la producción de sentido, independientemente de las diversas sustancias que circulen en el medio de que se trate; en este caso, de la televisión.

Estudiar los textos—las narrativas televisivas— a partir de un modelo semiótico permite observar las manifestaciones a partir de las cuales una sociedad genera información sobre sí misma, crea formas de comunicación y mantiene una memoria colectiva (Lozano, 1979). En ese sentido, la serie *Ugly Betty*, al ser un texto que posee un discurso narrativo que es mediatizado a través de la televisión, representa a la sociedad, a la cultura y los diversos modelos de mundo que están en constante migración y traducción por un proceso de circulación de textos en distintos espacios y que generan diversos procesos de semiosis social (Verón, 1993).

METODOLOGÍA

El objeto de estudio elegido es el texto televisivo *Ugly Betty*, consistente en los 23 capítulos que integran su primera temporada. La orientación del análisis apunta a identificar una serie de elementos que generan coherencia y sentido al interior de dicho texto. Cada uno de los elementos que lo componen está orientado a construir un nivel de significado, que en este texto particular hace referencia a la relación entre el mundo

mainstream de la sociedad estadounidense (representado por las personas que trabajan en la revista *Mode*) y el mundo de “el otro” (representado por Betty, sus características, las de su familia inmigrante y su cultura mexicana), y la eventual integración y aceptación de este personaje en dicha sociedad.

Este análisis aborda el texto televisivo como una narración a través de la cual se construyen valores éticos trascendentales, que son observables a través de sus principios narrativos. En ese sentido, la narración establece que hay dos niveles de construcción de significado: el de la *fealdad* del personaje y el de su *condición de ascendencia migrante*. Asimismo, nuestro enfoque retoma el modelo generativo de A. J. Greimas (1971). Si bien en las secciones previas de este texto hemos hecho referencia a diversos autores y sus propuestas analíticas en materia semiótica y de comunicación, se ha elegido como metodología el modelo greimasiano, de una semiótica de corte estructural, por dos razones:

- a) El texto es una narración o un relato y tiene funcionamientos estructurales que son observables de manera puntual a través de este modelo, por el grado de formalización que posee. De esta forma, los relatos observados estructuralmente tienen las siguientes características: historias que inician y terminan en una sola emisión, en la cual Betty realizará un recorrido narrativo durante el que buscará alcanzar un objeto de valor.
- b) Este modelo permite observar el nivel semántico de la narración, lo que significa que a través de la semántica se pueden determinar los valores éticos, morales y epistémicos otorgados al sujeto principal de la narración; y, por tanto, se hace posible determinar los modelos de mundo que el sujeto narrativo posee y sus rasgos identitarios. Para identificar tal modelo de mundo o mundo cultural posible propuesto, es necesario avanzar sobre la narración en una orientación que va desde el nivel de superficie (nivel expresivo) al nivel profundo o ideológico, lo que se conoce como recorrido generativo.

En los diversos relatos que se presentan en los capítulos de la serie, se pone a prueba el sistema de valores que posee Betty, lo que se repite subsecuentemente durante toda la serie, mostrando los valores que se desea otorgarle al personaje. Esto es evidente a través de lo que Greimas (1971) denomina la estructura semionarrativa en la sintaxis fundamental y en la semántica fundamental, donde—según esta perspectiva analítica— se dan las primeras articulaciones del sentido. En la semántica fundamental aparecen los términos menos elaborados y más elemen-

tales de la significación: feo-bello, bueno-malo, masculino-femenino, vida-muerte, etcétera, que se presentan en oposiciones binarias básicas. Para Greimas, estas oposiciones constituyen el entramado puramente lógico, y que se organizan de acuerdo con oposiciones elementales, modelos de mundo, que son descritas mediante un esquema universal, retomado de la lógica aristotélica, denominado “cuadrado semiótico” (Dallera, 2005).

De esta forma, un texto narrado, puesto en marcha a través de la televisión, puede pensarse como una red de significaciones elementales articuladas por las relaciones mencionadas (contrariedades, contradicciones, implicaciones). Este nivel descriptivo dice cómo un relato es susceptible de ser leído, porque enuncia ciertas significaciones básicas (la vida, la bondad, el amor, la belleza) y se ocupa de explorar los significados que se asocian a esas significaciones (si el relato habla de la “fealdad” habla de la “belleza”, si habla del “amor”, lo hace del “desamor”, etcétera). Estas unidades mínimas, al formar parte de una narración, no aparecen de forma desorganizada. Por el contrario, la organización es atribuida a la estructura elemental de la significación, expresada mediante los llamados cuadrados semióticos, que consisten en “la representación visual de la articulación lógica de una categoría semántica cualquiera” (Greimas & Courtés, 2006, p. 96). Es decir, la estructura elemental de la significación es la manera en que se encuentran articulados, durante la narración, los sistemas de oposición semánticos que serán revelados por el actante a través de sus acciones dentro de la sintaxis narrativa¹³.

En los diversos relatos de la primera temporada de la serie se pueden encontrar los recorridos narrativos que el personaje Betty tiene que llevar a cabo. Estos relatos muestran los enunciados de Betty (cómo tiene que ser y qué tiene que hacer) y sus procesos de conjunción y disyunción; y los tipos de pruebas por las que tiene que pasar para alcanzar el objeto (por ejemplo, ser eficiente en el trabajo, mostrarse fuerte e íntegra, ayudar a su jefe a conseguir un contrato, etcétera). En los relatos se identifican dos tipos de recorridos narrativos llevados a cabo por Betty: el primero muestra el que realiza en términos sintácticos para alcanzar determinado objeto; y el segundo muestra el que desarrolla para conservar un objeto, el cual en la narración es un valor positivo. Este segundo recorrido convierte a esta adaptación de la narrativa original, en comparación con las otras, en un texto singular, ya que es a partir de tal recorrido que se otorgan rasgos semánticos que definirán el modelo de mundo perteneciente a una población específica, con sistemas axiológicos determinados.

Un ejemplo del proceso en el que se textualizan estos sistemas axiológicos en sistemas de oposición puede ejemplificarse a través del capítulo 2 de la serie, llamado *Queens for a day* (Reinas por un día). Betty llama a su padre residente en el barrio de Queens para obtener datos del fotógrafo Vincent Bianchi y así conseguir que sea el fotógrafo de una sesión para *Mode*. Cuando Bianchi insiste en reunirse con Betty en un restaurante de moda, ella piensa que su apariencia (se asume a sí misma como alguien no perteneciente al mundo *mainstream* de *Mode*) ocasionará que no logren contratarlo, por lo que Hilda, su hermana, le hace un cambio de apariencia que no convence a nadie en *Mode*. Por ello, tratan de engañarlo llevando a Amanda¹⁴, quien se hace pasar por Betty. Bianchi se da cuenta del engaño, puesto que afirma que una mujer de Queens no puede ser como Amanda. Al final Betty aparece en el restaurante y Bianchi acepta ser el fotógrafo de *Mode*.

El siguiente esquema explica las operaciones que se realizan sobre los enunciados del relato (lo que Greimas denomina “sintaxis narrativa”) de Betty. Los sujetos y objetos que intervienen *son* de determinada manera, sufren transformaciones, *hacen* cosas y cumplen con ciertas finalidades. Este nivel nos permite captar la esencia de un *esquema narrativo* básico. En este esquema es posible observar relaciones disyuntivas y conjuntivas y procesos de transformación. El análisis de tales enunciados permite así detectar si el actante en un determinado momento de la narración está ligado a una función que define su ser y, por lo tanto, da lugar a un estado conjuntivo (al respecto del objeto por el cual se pugna); o, por el contrario, está separado de esa función que lo define y entonces genera un enunciado disyuntivo.

Recorrido narrativo I

Estado disyuntivo S U O: Betty quiere conseguir a Bianchi.

Enunciado de hacer: Betty llama a Bianchi y él le da una entrevista.

Estado conjuntivo S \cap O: Betty logra la sesión de fotos para *Mode*.

Recorrido narrativo II

Estado disyuntivo S U O: Betty es fea y quiere parecer bella.

Enunciado de hacer: Cambia su apariencia, pero no consigue parecer bella.

Estado conjuntivo S \cap O: Betty es fea y consigue el contrato.

Enunciado de estado final: Betty debe conservar su fealdad.

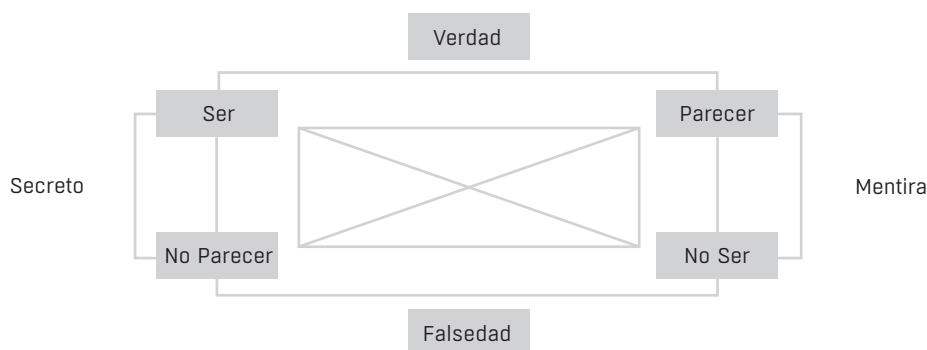
La oposición contradictoria que se maneja aquí se da a través de la manifestación de un sistema de veridicción: “La verdad en el discurso enunciado puede interpretarse, ante todo, como la inscripción (y la lectura) de las marcas de veridicción, gracias a las cuales el discurso-enunciado se exhibe como verdadero o falso, mentiroso o secreto” (Greimas & Courtés, 2006, p. 432). Ser y parecer son contrarios, al igual que la negación de ambos, y estas relaciones definen los términos verdad y falsedad. Entre ser y no parecer se establece una relación de complementariedad para definir el término secreto, y lo mismo sucede entre parecer y no-ser. Finalmente, verdad y falsedad son términos contradictorios, mientras que secreto y mentira son contrarios. Ahora es posible entender las relaciones entre los términos si se considera lo siguiente que ha sido propuesto por el relato televisivo (ver figura).

En el discurso de la serie, Betty se mueve dentro del ser y el no parecer, es decir, es bella pero no lo parece. De igual forma, se mueve dentro de ser de Queens y parecer de Queens, lo cual otorga verdad a su persona, contrario a Amanda, que se mueve en el plano del no parecer y no ser de Queens.

Lo que participa en el juego de la veridicción, en términos de estructuras discursivas, se puede ver en cuatro elementos: comportamiento, apariencia, diálogo y situación espacial. El comportamiento deja ver lo que hacen los actantes, cómo se comportan, independientemente de lo que digan. Este es un hacer pragmático, se trata de un hacer-ser que modifica o transforma las acciones de Betty en forma reflexiva (que se da sobre el ser del actante)

y transitiva (que se da sobre otro sujeto u otro objeto). Asimismo, se conoce a los personajes a través de lo que construyen como su “apariciencia”, la cual revela cómo se presentan los actantes. El vestido es un elemento esencial para parecer-ser o aparentar, tiene un sentido semántico o descriptivo que revela un hacer saber o hacer creer, que alguien pertenece a determinado lugar. Por su parte, los diálogos de los personajes revelan el discurso que constituye un hacer-ser, hacer-hacer, hacer-saber y hacer-creer, lo cual es fundamentalmente un hacer comunicativo. Finalmente, todos estos elementos se sitúan espacialmente simulando un modelo de posiciones del mundo, del tipo “perteneciente al aquí” o “perteneciente al allá”, donde el “aquí” representa el modelo cultural anglosajón y el “allá”, el sistema cultural migrante latino, dotando de contexto a todos los tipos de hacer del actante.

Los niveles discursivos, al estar integrados en el texto, permiten la construcción de ejes semánticos que suponen la existencia de “mundos” culturales diferentes, los cuales contienen elementos semánticos distintos. Un elemento central de dicha reformulación consistirá, entonces, en la construcción de un “ellos” (los que trabajan en *Mode* y sus valores) y un “nosotros” (los inmigrantes latinos y mexicanos en Estados Unidos que viven en Queens, y sus descendientes), frente a la construcción del ellos-nosotros planteado en la exclusión inicial del relato, donde Betty se asume perteneciente a otro espacio cultural. Sin embargo, un aspecto fundamental de esta trama es precisamente la reformulación de las oposiciones simbólicas en ambos mundos, que permite dar paso a la paulatina aceptación de Betty no solamente en términos de su no-be-



Fuente: Elaboración propia.

- Betty es bella y lo parece: Verdad
- Betty parece bella pero no lo es: Mentira
- Betty no es bella y no lo parece: Falsedad
- Betty no parece bella pero lo es: Secreto

leza física, sino también de su condición étnica y social. De esta forma, la primera temporada de la serie culmina con un planteamiento de inclusión social de la diferencia, que si bien es una propuesta desde la ficción, se trata de una opción de posibilidad cultural (que la adscribiría al campo del multiculturalismo) dentro de la sociedad estadounidense contemporánea.

CONCLUSIONES

La reflexión sobre la construcción del imaginario en la telenovela *Yo soy Betty, la fea* y el análisis de la serie *Ugly Betty* permiten apreciar la manera en que la televisión hace factible visualizar las formas en que la cultura funciona a través de la representación de sus imaginarios en las narrativas. Al respecto, a través de la perspectiva analítica adoptada en este texto, se puede apreciar la construcción de significado respecto de la adaptación o traducción cultural. Asimismo, se observa la forma en que son presentados los personajes de esta serie, las categorías que les son atribuidas, y la manera en que se desarrolla y transforma la representación de los sujetos sociales de esta trama.

La adaptación nos permite, así, visualizar las formas que adopta la traducción de elementos culturales, la disposición de mundos posibles pensados para públicos heterogéneos o multiculturales. Betty, como un personaje global, es aceptada como un “modelo” de realidad, porque hace verosímil la transformación de la fealdad a

la belleza estética (en todas las versiones); pero, además, hace verosímil la transformación o la conservación de un sistema positivo de valores. Tal mundo posible y sus acontecimientos nos remiten a estados de cosas, o secuencias de estados de cosas reales, pero que en su construcción son culturales; por ejemplo, la condición de los inmigrantes mexicanos, latinoamericanos y sus descendientes en Estados Unidos. Betty es un individuo que fue dotado de propiedades relativas a un mundo reconocible por la competencia del lector. Al observar los valores que se le otorgan al sujeto a través de sus prácticas, es posible reconocer las propiedades otorgadas a una población, una identidad étnica, identificable a través de sus tradiciones, sus valores, su idioma, sus rituales y sus prácticas en general. En el caso concreto de Betty Suárez, podemos observar valores éticos, morales y epistémicos trascendentes para su manera de actuar en el mundo anglosajón.

En suma, la transformación de Betty en esta serie, como se señaló en su momento, si bien se trata de una propuesta televisiva de una sociedad figurada, constituye una propuesta alternativa de construcción simbólica de un grupo social, que permite la reformulación de saberes y de imaginarios sociales. Finalmente, como mencionamos anteriormente, la reformulación de las oposiciones simbólicas en ambos mundos dará paso a la paulatina aceptación de Betty no solamente en términos de su no-belleza física, sino también de su condición étnica y social.

NOTAS

1. En un esquema conceptual, la posibilidad de que las cosas se den de cierta manera recae en la forma en que esas posibilidades son descritas, “si *a* cree que determinado perro muerde, es porque también cree que es verdadera la proposición que dice que los perros son animales que pueden morder al hombre” (Eco, 1979, p. 187).
2. Esta producción es una adaptación de la telenovela colombiana *Yo soy Betty, la fea*, que se transmitió en 1999 por la cadena RCN de Colombia y cuyo sonado éxito condujo a su posterior reproducción en varios países e idiomas, incluyendo la versión estadounidense.
3. Eco (1992) habla de “mundos posibles narrativos” haciendo referencia a una realidad que se presenta como un mundo cultural posible. En su libro *Los límites de la interpretación* explica que la noción de ‘mundo posible’ es útil para una teoría de la narratividad, porque remite a un estado de cosas que se describe en los términos del mismo lenguaje en que habla el texto narrativo.
4. Eco (2008) sostiene que para poder llevar a cabo una traducción hay que formular una hipótesis sobre el mundo posible que se representa. Es decir, que aquel sujeto que hace la adaptación debe buscar el signo equivalente en el contexto cultural para definir el mundo posible proveniente del texto de primera fuente.
5. *Ugly Betty* tuvo un marcado impacto desde su aparición en 2006, cuando la cadena ABC decidió incluirla en su programación abierta en horario *prime* (jueves a las 8 p.m.). El primer capítulo de esta serie se estrenó el 28 de septiembre de 2006 en Estados Unidos (ABC) y fue visto por 16 millones de espectadores (*El Universal*, 2006). Tuvo cuatro temporadas (2006-2010), con 85 capítulos en total. En su primera temporada obtuvo once nominaciones a los premios *Emmy* (que se otorgan a lo mejor de la televisión en ese país); América Ferrera ganó el premio como mejor actriz y Salma Hayek a la mejor producción. Mencionarlo es pertinente, porque ilustra nuevamente la creciente inclusión de los latinos y

la fuerza que han adquirido en diversos espacios sociales, culturales y políticos de Estados Unidos.

6. Entendido como "una forma de reflexión de cómo los complejos procesos que envuelven dos o más regiones culturales son impactados por la apropiación de las formas simbólicas o mensajes producidos por instituciones comerciales legitimadoras del campo del entretenimiento público" (Uribe, 2008, p. 6).
7. Este investigador afirma que *Yo soy Betty, la fea* tiene como claro antecedente la serie *Rosa de los vientos*, que fue transmitida entre 1989 y 1990. Esta historia narra la vida de Tomasito, un estudiante flaco, desgarrado, con frenillos y gafas de carey, que vestía atuendos heredados de su padre. Al final de la historia este chico logra una transformación física muy parecida a la que se nos cuenta en *Yo soy Betty, la fea*.
8. En 2010 aseguran que entró en el libro *Guinness Records*, donde la catalogan como la telenovela más exitosa en la historia de la televisión (RCN Televisión, s.f.)
9. La información en esta tabla proviene de diversas páginas web, en las cuales se menciona un total de veintidós adaptaciones de esta telenovela. En este caso, se enlistan veintiuna versiones en varias partes del mundo, y la adaptación faltante es probablemente la versión en caricaturas titulada *Betty Toons*. RCN vendió la serie de dibujos animados *Betty Toons* al canal de TV de paga infantil *Cartoon Network* (FormulaTv, 2004)
10. Tales movimientos, explicados por Eco (1979) como movimientos cooperativos, permiten al lector (i) generar un movimiento *en extensión*, "¿qué individuos están implicados?, ¿cuáles estados del mundo?, ¿qué desarrollos de acontecimientos?, ¿estamos ante una serie de aserciones relativas al mundo en que vivimos o relativas a un mundo posible? Por otro lado los movimientos que el lector realiza en intención determinan (ii) ¿qué propiedades atribuiremos a los individuos implicados, independientemente del hecho de que éstos existan o no en el mundo de nuestra experiencia?, ¿qué abstracciones representan dichos individuos?, ¿son buenos o malos?, ¿varios individuos desempeñan el mismo papel?, etcétera" (pp. 259-260).
11. *Ugly Betty* nos narra la historia de Betty Suárez, una joven mexicano-estadounidense, hija de padres mexicanos inmigrantes. La vida familiar de Betty se desarrolla en el área de Queens, en la ciudad de Nueva York, al lado de su padre Ignacio (quien es un inmigrante indocumentado mexicano) y su hermana Hilda.
12. Se entiende por televisión generalista "la que se inclina por el enfoque comercial y la ausencia bastante llamativa de la orientación al servicio público. Busca acumulación de audiencia para vendérsela a los anunciantes como capacidad de impactos publicitarios, pero se mantiene la incógnita de la eficacia real de esta actuación" (Cebrián, 2004, p. 47).
13. Por razones de espacio, no podemos abundar sobre las representaciones gráficas de dichas estructuras de significación. Para un tratamiento más extenso al respecto, véase Murillo (2010).
14. Amanda es la recepcionista de la revista *Mode*, vista por todos como una mujer atractiva (según los cánones estéticos de ese mundo), segura de sí misma y constantemente preocupada por su apariencia, su ropa y jerarquías sociales. Esperaba tener el trabajo de Betty, por lo que al inicio se planteaban como rivales.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Adriaens, F. & Biltreyest, D. (2012). Glocalized telenovelas and national identities: A "textual cum production" analysis of the "telenovelle" Sara, the Flemish adaptation of *Yo soy Betty, la fea*. *Television and New Media*, 13(6), 551-67. doi:10.1177/1527476411427926
- Blanco, D. (2006). La vigencia de la semiótica. *Contratextos* [Online], Universidad de Lima, Revistas digitales de la Facultad de Comunicación, 3(4). Recuperado de <http://www3.ulima.edu.pe/Revistas/contratexto/pdf/art1.pdf>
- Cassetti, F. & DicChio, F. (1999). *Análisis de la televisión*. Barcelona: Paidós.
- Cebrián, M. (2004). *Modelos de televisión generalista, temática y convergente con internet*. Barcelona: Paidós.
- Dallera, O. (2005). La teoría semiológica de Greimas. En V. Zenchetto (Coord.), *Seis semiólogos en busca de un lector* (pp. 144-190). Buenos Aires: La Crujía.
- Deely, J. (1996). *Los fundamentos de la semiótica*. México, D.F.: Universidad Iberoamericana.
- De Mora Jiménez, R. (2003). Development of Hispanic TV in the United States. Ethnic television in the context of globalization. *Portal de comunicación*. Estudio desarrollado para un seminario dictado por el Profesor Manuel Castells en Annenberg School of Communication, University of Southern California. Recuperado de http://www.portalcomunicacion.com/dialeg/paper/pdf/180_demora.pdf

- Eco, U. (2008). *Decir casi lo mismo. Experiencias de traducción*. México, D.F.: Lumen.
- Eco, U. (2005). *Tratado de semiótica general*. México, D.F.: Debolsillo.
- Eco, U. (1992). *Los límites de la interpretación*. Barcelona: Lumen.
- Eco, U. (1979). *Lector in fabula*. Barcelona: Lumen.
- Fabbri, P. (2004). *El giro semiótico*. Gedisa: Barcelona.
- García, L. (2008, octubre). El nuevo discurso de un género tradicional: la adaptación norteamericana del formato de telenovela latino, el caso de "Ugly Betty". Trabajo presentado en el IX Congreso Latinoamericano de Investigación de la Comunicación, Estado de México. Recuperado de http://www.alaic.net/alaic30/ponencias/cartas/Telenovela/ponencias/GT22_GarciaBejarLigia.pdf
- Greimas, A. (1971). *Semántica estructural*. Madrid: GREDOS.
- Greimas, A. & Courtés, J. (2006) *Diccionario razonado de la teoría del lenguaje*. Madrid: Gredos.
- Klinkenberg, J. M. (2006). *Manual de semiótica general*. Bogotá: Fundación Universidad de Bogotá Jorge Tadeo Lozano.
- Lacalle, C. (Coord.). (2005). Los formatos de la televisión. *Designis 7-8*. Barcelona: Gedisa. Recuperado de <http://www.scribd.com/doc/52345572/designis7-8>
- Lozano, J. (1979). Introducción a Lotman y a la escuela de Tartú. En J. M. Lotman y la Escuela de Tartu, *Semiótica de la cultura* (pp. 9-37). Madrid: Cátedra.
- Medina, M. & Barrón, L. (2010, junio). La telenovela en el mundo. *Palabra Clave* (Universidad de La Sabana), 13(1), 77-97. Recuperado de <http://palabraclave.unisabana.edu.co/index.php/palabraclave/article/view/1635>
- Murillo, S. (2010). *Belleza, fealdad y otredad: la construcción televisiva de la población migrante mexicana en E.U. a través de Ugly Betty*. Tesis para optar al grado de Maestría. El Colegio de la Frontera Norte, Tijuana, México.
- Prado, E. & Delgado, M. (2007). Televisión hispana en Estados Unidos. Tensiones económicas y cambios generacionales. *Telos: Cuadernos de comunicación, tecnología y sociedad*, (70) (enero-marzo). Recuperado de <http://www.campusred.net/telos/articulocuaderno.asp?idarticulo=5&rev=70>
- Piñón, J. (2012). United States: Demographic shifts in Latino population and the strategies of the Hispanic television industry. En G. Orozco & M. I. Vassallo de Lopes (Coords.), *OBITEL 2012: Transnationalization of television fiction in Ibero-American countries* (pp. 383-427). Porto Alegre: Sulina.
- Roy, A. (2011). Jassi Jaisi Koi Nahin and makeover of Indian soaps. En P. P. Basu & I. Chanda (Eds.), *Locating cultural change, theory, method, process*. (pp. 19-53). New Delhi, India / Thousand Oaks, CA: SAGE Publications.
- Santander, H. (2009). *Origen y variaciones simbólicas en Yo soy Betty, la fea*. (Manuscrito enviado para publicación). Buenos Aires: La Crujía.
- Uribe, A. (2008). Transnacionalismo mediático. La ficción televisiva como vínculo entre el origen y el destino. Trabajo presentado en el III Coloquio Internacional sobre Migración y Desarrollo. *Migraciones internacionales: los desafíos de la exclusión y la desigualdad para la ciudadanía en la globalización*, Costa Rica. Recuperado de <http://estudiosdeldesarrollo.net/coloquio2006/documentos/11388.doc>
- Verón, E. (1993). *La semiosis social. Fragmentos de una teoría de la discursividad*. Barcelona: Gedisa.
- Zecchetto, V. (2002). *La danza de los signos. Nociones de semiótica general*. Quito: Abya-yala.

VIDEOGRAFÍA

- Hayek, S., Horta, S., Silverman, B. & Tamez, J. (Prod.). (2006). *Ugly Betty*. [Televisión]. Estados Unidos: Buena Vista Home Entertainment, Inc. y ABC Studios.

PÁGINAS WEB CONSULTADAS

- Bela la feia. (2009). Bela la feia deslumbra en rede record. Recuperado de <http://www.telenovelasconfidencial.com/bela-la-feia-deslumbra-en-rede-record.html>
- Betty, la fea en el libro de los Guinness Records. (s.f.). *RCN Televisión*. Recuperado de <http://www.canalrcnmsn.com/node/4750>

- Brzydula. (s.f.). BrzydUla Recuperado de <http://itv.info/brzydula/>
- Campos, D. (2009, octubre 26). 10 de años de Betty. *Todotv*. Recuperado de <http://www.todotv.com/10-de-anos-de-betty.html>
- Cartoon Network adquiere los derechos de emisión de la serie animada 'Betty Toons' (2004, junio 27). *Formulatv*. Recuperado de <http://www.formulatv.com/noticias/219/cartoon-network-adquiere-los-derechos-de-emision-de-la-serie-animada-betty-toons/>
- Corina. (2006, diciembre 13). Las versiones de la telenovela "Yo soy, Betty, la fea". *Mujer Activa*. Recuperado de <http://www.webdelatele.com/novelas/las-versiones-de-la-telenovela-yo-soy-betty-la-fea.html>
- Disgusta a televidentes personaje de inmigrante en Ugly Betty: Hayek. (2006, noviembre 29). *Terra*. Recuperado de <http://www.terra.com/ocio/articulo/html/oci157019.htm>
- Hay 'feas' por todo el mundo. (2007, noviembre 4). *El País*. Recuperado de http://elpais.com/diario/2007/11/04/radiotv/1194130801_850215.html
- Herrán, D. (2009). La telenovela en el terreno socio-cultural. *TVMAS Magazine*. Recuperado de http://www.tvmasmagazine.com/paginas_edicionActual/telenovelas/enero2003/portada6.html
- La fea más bella. Recuperado de <http://www.esmas.com/lafeamasbella/produccion/>
- La suerte de la fea la bonita la desea. (2005, diciembre 10). *El Universal*. Recuperado de <http://www.eluniversal.com.mx/espectaculos/66906.html>
- Lagarto, T. (2012). Ugly is the new beautiful. An International Bettybase. Recuperado de <http://www.jerriblank.com/betty/ugly-betty.html#mytop>
- Ouriques, C. (2013, julio 24). Betty, la fea llega a los países árabes. Recuperado de <http://www.actoresonline.com/noticias.betty2407.htm>
- Rede Record. (2010). Bela a Feia. Recuperado de <http://programas.rederecord.com.br/programas/belaafeia/home.asp>
- Soong, R. (2001). The Phenomenon of *Yo Soy Betty, la fea*. Recuperado de <http://www.zonalatina.com/Zldata185.htm>
- Ugly Betty tiene alto rating en E.U. (2006, octubre 6). *El Universal*. Recuperado de <http://www.eluniversal.com.mx/espectaculos/72105.html>
- Versión china de Betty, la fea alcanza millones de seguidores. (2009, marzo 10). *El Universal*. Recuperado de <http://www.eluniversal.com.mx/notas/582551.html>

SOBRE LOS AUTORES:

Sandra L. Murillo Sandoval, mexicana, obtuvo su licenciatura en Comunicación Social en Universidad Autónoma Metropolitana (UAM) en la Ciudad de México. Es Maestra en Estudios Socioculturales egresada de El Colegio de la Frontera Norte, en Tijuana, México. Actualmente se desempeña como Profesora investigadora en la Universidad del Mar Campus Huatulco. Es Vicepresidente de la Asociación Mexicana de Estudios de Semiótica Visual y del espacio (AMESVE). Sus líneas de investigación son: Televisión, Comunicación y discurso, Semiótica de la televisión, identidades y representaciones en los medios, Análisis del discurso. Su publicación más reciente es "Fealdad, alteridad y representación de la población latina en Estados Unidos en el discurso televisivo de Ugly Betty" (*Revista Comunicación y Sociedad*, 20, 2013).

Luis Escala Rabadán, mexicano, obtuvo su licenciatura en Sociología en la Universidad Autónoma Metropolitana (UAM), en la Ciudad de México; y la maestría y el doctorado en Sociología por la Universidad de California en Los Ángeles (UCLA), Estados Unidos. Actualmente es investigador en El Colegio de la Frontera Norte, en Tijuana, Baja California, México. Sus líneas de investigación son: migración, formas organizativas migrantes, procesos socioculturales, sociedad civil y derechos humanos. Entre sus publicaciones más recientes están: "Is More Necessarily Better? Leadership and Organizational Development of Migrant Hometown Associations in Los Angeles, California" (*revista Migraciones internacionales*, 21, 2011), en co-autoría con Gaspar Rivera-Salgado y Rigoberto Rodríguez; y el libro *Off-Side/ Fuera de lugar. Fútbol y migraciones en el mundo contemporáneo*, coordinado junto con Guillermo Alonso (El Colef-Clave Editorial, México, 2012).