

Adaptaciones estadounidenses de producciones audiovisuales latinoamericanas: un estudio inicial

American Adaptations of Latin American Audiovisual Productions: An Initial Study

Diego da Silva Vargas

Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, Brasil

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-6292-256X>

e-mail: dsvargas04@yahoo.com.br

RESUMEN

Introducción: El presente artículo es un estudio inicial de un fenómeno reciente: las adaptaciones de productos audiovisuales latinoamericanos, producidas y realizadas en Estados Unidos; con el objetivo de analizar las modificaciones que operan en dichas adaptaciones.

Métodos: Se compiló un corpus paralelo comparable y se seleccionaron inicialmente dos pares: «El Secreto de sus Ojos» / «*Secret in Their Eyes*» y «Yo soy Betty, la fea» / «*Ugly Betty*». El análisis se centró en las modificaciones en los eventos, los personajes y los contextos (geográficos y sociales).

Resultados: Se construyó un análisis global, teniendo en cuenta el contexto mercadológico en el que se insertan los productos, así como la manera en que las modificaciones implican cuestiones históricas, culturales, lingüísticas y sociales. Se observó que los adaptadores eligieron caminos distintos al llevar la película y la telenovela al mercado estadounidense.

Conclusiones: La película adaptada se construye desde una perspectiva esencialmente estadounidense, lo que responde al presupuesto de que el cine hollywoodense se presenta como universal. En cambio, la serie adaptada busca atraer al público latinoamericano a la televisión de Estados Unidos. Se mantiene una protagonista «latina», pero se incluyen valores estadounidenses en la narrativa.

PALABRAS CLAVE: adaptación audiovisual; mercado audiovisual; producciones audiovisuales latinoamericanas; traducción cultural; El Secreto de sus Ojos; Yo soy Betty, la fea

ABSTRACT

Introduction: This article presents an initial study of a recent phenomenon: the adaptations of Latin American audiovisual products produced and made in the United States, with the aim of analyzing the modifications that occur in these adaptations.

Methods: A comparable parallel corpus was compiled, and two pairs were initially selected: *El Secreto de sus Ojos* / *Secret in Their Eyes* and *Yo soy Betty, la fea* / *Ugly Betty*. The analysis focused on modifications in events, characters, and contexts (geographical and social).

Results: A global analysis was constructed, taking into account the market context in which the products are situated, as well as the ways in which the modifications involve historical, cultural, linguistic, and social issues. It was observed that the adaptors chose different paths when bringing the film and the telenovela to the U.S. market.

Conclusions: The adapted film is constructed from an essentially American perspective, responding to the assumption that Hollywood cinema presents itself as universal. In contrast, the adapted series seeks to attract Latin American audiences to U.S. television. A “Latina” protagonist is maintained, but American values are incorporated into the narrative.

KEYWORDS: audiovisual adaptation; audiovisual market; Latin American audiovisual productions; cultural translation; *El Secreto de sus Ojos*; *Yo soy Betty, la fea*

INTRODUCCIÓN

Los Estudios de la Adaptación (un campo emergente que se constituye en diálogo con los Estudios de la Traducción) han desarrollado, en las últimas décadas y en diversos países e idiomas, análisis de productos audiovisuales adaptados a partir de obras de distintas naturalezas (novelas, obras teatrales, novelas gráficas u otros productos audiovisuales). Esto evidencia tanto la fuerte presencia de las adaptaciones en el mercado audiovisual como la necesidad de estudiarlas. Como enfatiza Robert Stam, la presencia de imágenes y sonidos forma parte de una dimensión de la vida cotidiana, y su reconocimiento académico apunta hacia un nuevo horizonte teórico interdisciplinario, transnacional y diacrónico (Stam, Neto y Vadico, 2017).

Este nuevo horizonte se articula con una comprensión contemporánea de la Lingüística Aplicada como un campo que se reconoce involucrado directamente con cuestiones éticas y políticas, dado que las elaboraciones sobre el lenguaje y sus usos siempre tienen implicaciones de orden ideológico (Rajagopalan, 2003). Pennycook (2006: 70), con base en Janks (2000), afirma que debemos comprender las interrelaciones entre dominación, acceso, diversidad y planificación, enfocándonos en la constante interacción entre dominio, disparidad, diferencia y deseo. Esto nos lleva a preguntas como: ¿Qué textos tienen poder en determinados contextos? ¿Qué cuestiones relativas al poder subyacen en las diferentes versiones de una traducción? ¿Quiénes tiene, o pueden tener, acceso a los procesos de traducción? ¿Son posibles otros tipos de comunicación? ¿Qué formas de diferencia emergen en traducciones alternativas? ¿Por qué aún se prefieren ciertas interpretaciones?

Al tratar la Lingüística Aplicada como un campo transgresivo, el autor incluye los Estudios de la Traducción (*translation*, en inglés) dentro de un conjunto de enfoques «trans» (como la transculturalidad y la translocalidad, por ejemplo) que contribuyen a romper con

la perspectiva tradicional, pretendidamente científica y neutral (Pennycook, 2006). Al adoptar estos enfoques como posibilidades investigativas que permiten comprender nuestro tiempo, mientras construimos visiones alternativas y escuchamos otras voces, marcadas por otras historias (Lopes, 2006), este trabajo propone lanzar una mirada, aunque aún inicial, sobre un fenómeno reciente: las adaptaciones audiovisuales producidas y realizadas por el mercado estadounidense a partir de productos audiovisuales latinoamericanos, más específicamente, películas y telenovelas.

Darwish y Al-Yasin explican que:

In the field of audiovisual translation, the practice known as 'transnational remakes' involves taking a successful movie or TV series and recreating it in a different language for a new audience, with the hope of replicating the success of the original work. When producers opt for a remake, they are choosing this method of adaptation over other alternatives, such as subtitling, dubbing, or a combination of both. (2023: 1)

Lu (2023) destaca que la literatura existente en el campo de los Estudios de la Adaptación enfoca prioritariamente el análisis de adaptaciones realizadas desde una perspectiva intralingüística y monomodal. En este sentido, el presente trabajo contribuye a la ampliación del campo al centrarse en adaptaciones interlingüísticas (del español al inglés) provenientes de mercados distintos: Latinoamérica y Estados Unidos (EE. UU). Como señalan Darwish y Al-Yasin (2023: 1), «*given the growth in the number of transnational remade movies and series, there is a compelling need for rigorous academic exploration and analysis in this area*».

Así, el objetivo de este estudio es construir un análisis crítico inicial sobre las relaciones que se establecen entre productos específicos de esos mercados, observando cuestiones lingüísticas, estéticas, políticas y económicas; y, al mismo tiempo, revisitar (para recontar) los estudios sobre el mercado audiovisual, entendiendo que las relaciones entre pasado y presente no son lineales y que las relaciones geográficas tampoco están limitadas por líneas fronterizas ni se reducen a un simple desplazamiento. Este trabajo se acerca, asimismo, a lo que definió Andrew (2013) al defender la necesidad de nuevas cartografías para el cine mundial, más basadas en una «geología del cine» que en una «geografía del cine», capaces de explicar mejor las relaciones espaciales involucradas en su historia (incluso presente).

Las adaptaciones audiovisuales de otros productos audiovisuales, también llamadas *remakes*, no son una novedad en el mercado audiovisual, especialmente en el estadounidense. Muchas de sus películas y series están basadas en narrativas producidas y realizadas tanto en el propio mercado estadounidense como en otros mercados, como los orientales y europeos, por ejemplo. Sin embargo, en los años 2000, los productores de Estados Unidos parecen haber dirigido su atención hacia el mercado latinoamericano, aunque todavía exclusivamente al mercado de habla hispana.

En consecuencia, recientemente se ha estrenado en EE.UU. una cantidad considerable de adaptaciones de películas latinoamericanas de lengua española, especialmente argentinas (por ejemplo, «Nueve reinas», Argentina, 2000/ «*Criminal*», EE.UU., 2004; «Elsa & Fred», Argentina y España, 2005/ «*Elsa & Fred*», EE.UU., 2014; «La Casa Muda», Uruguay, 2010/

«*Silent House*», EE.UU., 2011; «Somos lo que hay», México, 2010/ «*We Are What We Are*», EE.UU./Inglaterra, 2013; «El Secreto de sus Ojos», Argentina, 2009/ «*Secret in Their Eyes*», EE.UU., 2015), y también series adaptadas de telenovelas (por ejemplo, «Yo soy Betty, la fea», Colombia, 1999-2001/ «*Ugly Betty*», EE.UU., 2006-2010; «Resistiré», Argentina, 2003/ «*Watch over me*», EE.UU., 2006; «Sin senos no hay paraíso», Colombia, 2006/ «*Without Breasts There Is No Paradise*», EE.UU., 2008-2010; «Juana - la virgen», 2002/ «*Jane - the virgin*,» 2014-2018; Ellas son... la Alegría del Hogar», México, 2009/ «*Devious Maids*», EE.UU., 2013-2016; «La Reina del Sur», México/España, 2011/ «*The Queen of the South*», EE.UU., 2016-2018).

METODOLOGÍA

Para este trabajo se analizan específicamente las adaptaciones estadounidenses de la película argentina «El Secreto de sus Ojos», dirigida por Juan José Campanella, adaptada de la novela *La pregunta de sus ojos*, de Eduardo Sacheri, y de la telenovela colombiana «Yo soy Betty, la fea», escrita por Fernando Gaitán. Se trata de un análisis cualitativo y comparativo inicial, con un enfoque más contextual y detenido en los procesos más amplios que atraviesan las interrelaciones entre estos productos y sus respectivos mercados.

Estos productos fueron seleccionados por ser ejemplos representativos del éxito de producciones latinoamericanas en el mercado cinematográfico y televisivo global, y porque ilustran, de manera simbólica, los procesos de adaptación que también atravesaron los demás casos del corpus compilado.

Centrando la atención inicialmente en los eventos, personajes y contextos (geográficos y sociales), se identificaron las modificaciones más significativas para el desarrollo del análisis. Dichos cambios involucran, de manera objetiva, cuestiones históricas, culturales, lingüísticas y sociales; y pueden entenderse, de forma subjetiva, también como cuestiones mercadológicas y, por ende, éticas e ideológicas. Dado que en ambos pares de productos los cambios son numerosos y sustanciales, este texto propone, en primera instancia, un análisis de carácter global, teniendo en cuenta el contexto mercadológico en el que se insertan las obras. Como parte de esta investigación, se desarrollarán estudios detallados de escenas específicas.

DESARROLLO

Las adaptaciones audiovisuales en los estudios de la traducción

Desde la propuesta inaugural de Jakobson (2003), publicada originalmente en 1959, los estudios sobre adaptaciones de diversos tipos (especialmente aquellas derivadas de obras literarias) encontraron un lugar en el campo de los Estudios de la Traducción. Jakobson definió tres tipos de traducción. El primero es la traducción intralingüística o reformulación (*rewording*), es decir, el proceso de expresar un mensaje de otra manera en la misma lengua,

ya sea por razones comunicacionales o artísticas. El segundo es la traducción interlingüística, la más reconocida como traducción propiamente dicha: la conversión de un texto escrito en una lengua a otro texto escrito en una lengua diferente. Finalmente, la traducción transsemiótica o transmutación, que se define como la reinterpretación de signos verbales en sistemas de signos no verbales.

Así, Jakobson (2003) reconoce como un tipo de proceso traductor la transformación de un texto literario en una obra de teatro, una pintura o una película, por ejemplo. Sin embargo, contempla únicamente la posibilidad de que el texto original sea verbal, y no profundiza sus estudios en este tipo específico de traducción. Tal vez por ello, los estudios académicos continúan centrando predominantemente su atención en el análisis de novelas adaptadas al cine. Según Lu (2023), mientras los Estudios de la Traducción se enfocan en análisis interlingüísticos, los Estudios de la Adaptación se centran en análisis intralingüísticos.

A lo largo del tiempo, en el campo de los Estudios de la Traducción, se ha desarrollado el concepto de adaptación como una estrategia traductora, especialmente cuando es necesario traducir referentes culturales del texto o la cultura de partida que no son fácilmente reconocidos en la cultura meta. En ese sentido, la adaptación se entiende como la posibilidad del traductor de transferir el texto desde la cultura de partida hacia la cultura meta, modificando los referentes, pero manteniendo la función del texto original. Este concepto contribuyó a que el debate *Traduttore, traditore* (¿traducir es traicionar?) pudiera ser reconsiderado desde otra perspectiva. Sin embargo:

the term 'adaptation' has been interpreted differently by various scholars. In fact, the term 'adaptation' is multireferring in translation studies as it encompasses various dimensions, such as 'type of translation' (Assaqaf, 2016), 'translative intervention' (Bastin, 2019), 'transcreation' (Bernal-Merino 2015, Neves 2005, Gambier 2003), 're-writing' (Bernal-Merino, 2015), 'domestication and imitating' (Bastin, 2019), and 'rendering a literary text into a movie, song or statue' (Milton and Cobelo, 2023). Within audiovisual translation, adaptation can refer to the process of remaking famous TV and cinema franchises cross-linguistically and cross-culturally. Nevertheless, the same process is referred to using various terms, such as 're-making' (Diaz-Cintas, 2003, Hansen et al., 2021), 'transmedia narrative' (Bernal-Merino, 2015), 'inspiration, borrowing, copying or replication' (Tohamy and Azab, 2021), 'translation for TV and cinema' (Gambier 2003), and 'transnational audiovisual remake' (Smith and Verevis, 2017: 2). (Darwish y Al-Yasin, 2023)

También contribuyendo a la superación de aquel debate, Nord (2010) sostiene que la funcionalidad comunicativa y la lealtad al texto original no son acciones opuestas, ya que el traductor debería considerar ambas en la construcción de su proceso de traducción. Así, el traductor se enfrenta a situaciones en las que la fidelidad a la función comunicativa del texto original entra en tensión con su aceptabilidad en la cultura de llegada. Desde una perspectiva similar, Hurtado Albir (2011), basándose en el modelo comunicativo-funcional de Lvóskaya, presenta una doble definición del concepto de adaptación dentro de los estudios de traducción: a) la adaptación como técnica de traducción, cuando el traductor no infringe el programa conceptual del autor; y b) la adaptación como método, concebida como

una actividad bilingüe heterovalente, en la que se introducen cambios en dicho programa conceptual.

En este trabajo se analizan procesos de adaptación que no asumen ningún compromiso (ni siquiera funcional) con el programa conceptual del autor del texto original. Esto se debe a que las adaptaciones audiovisuales de otros productos audiovisuales se constituyen como obras autónomas, y aunque también se entiendan como ejercicios de traducción, no cumplen la función comunicativa de hacer llegar el texto de partida a otro público. Por el contrario, como se verá más adelante, estas adaptaciones muchas veces compiten por públicos (y mercados) con los textos originales.

Por ello, es importante considerar también la idea presentada por Milton (2015) de que la traducción (y, especialmente, las adaptaciones) se constituyen como movimientos políticos. A partir de las contribuciones de autores como Lefevere (1992, 2000) y Tymoczko (2007), Milton (2015) sostiene que una obra puede refractarse de muchas maneras distintas, al recibir traducciones, resúmenes, críticas, adaptaciones en diversos medios (cine, televisión, teatro, radio, videojuegos, etc.), o incluso a través del plagio o de versiones secundarias. En consecuencia, defiende la necesidad de buscar conceptos alternativos que trasciendan la perspectiva tradicional de la traducción, comúnmente asociada a un enfoque prescriptivista limitado a la idea de equivalencia. El autor cita la propuesta de Tymoczko (2007), quien sugiere pensar en nuevos términos como representación, transferencia o transmisión y transculturación. Así, un texto, más que ser «traducido», puede ser atravesado por estos distintos procesos, ya sea de forma parcial o integral.

Tal visión contribuye a la comprensión de lo que son las adaptaciones audiovisuales y se vincula con la perspectiva de Stam (2006), quien entiende la adaptación como una orquestación de discursos, talentos y trayectorias; una construcción «híbrida» que combina medios y lenguajes diversos. Esta orquestación puede observarse, como propone Sanders (2015), desde la óptica de la intertextualidad y del reconocimiento de referencias intertextuales, las cuales también son producidas por los espectadores como parte de su experiencia de fruición al interactuar con un producto adaptado.

Como explican Pieper y Luiz (2024), la idea de intertextualidad se relaciona con la competencia lectora del espectador, dado que una obra adaptada se deriva de la relación entre textos, pero no constituye una relación de equivalencia, ya que es imposible adaptar completamente una obra, ni de redundancia, pues siempre surgen nuevos enfoques y representaciones. En este sentido, se entiende que el adaptador reescribe la obra original desde su propia perspectiva, y que el analista, en un movimiento comparativo intertextual, deja de buscar la fidelidad entre los textos de partida y de llegada, para enfocarse en comprender cómo y por qué se establecen las relaciones entre las obras.

En este sentido, el campo interdisciplinario de los «estudios culturales», por ejemplo, ofrece contribuciones significativas, ya que se interesa menos por establecer jerarquías verticales de valor que por explorar relaciones «horizontales» entre medios fronterizos. Desde una perspectiva cultural, la adaptación forma parte de un espectro de producciones

niveladas y, en cierto sentido, igualitarias, ya que, dentro de un mundo extenso e inclusivo de imágenes y simulaciones, se convierte en un texto más y pasa a integrar un amplio continuo discursivo (Stam, 2006).

La adaptación consiste, entonces, en un proceso de transformación que tiene lugar dentro de una red textual recreada por el adaptador, quien actúa como intermediario entre el texto original y su espectador meta. De este modo, el proceso de adaptación no se limita a una transformación entre lenguas, textos o significados, sino que implica relaciones entre espacios y tiempos más amplios, así como entre múltiples textos y diversas adaptaciones que se complementan entre sí (Pieper y Luiz, 2024).

Si consideramos especialmente las adaptaciones audiovisuales de otros productos audiovisuales, podemos entenderlas, como sostiene Lim (2009), aunque a menudo se las acusa de ser de ser una estrategia comercial cínica para vender un producto inferior derivado del éxito de una obra previa, como una forma hipervisible de intertextualidad que problematiza la noción de originalidad. Lim (2009) argumenta que la supuesta inferioridad de un texto que sería imitativo respecto al original resulta difícil de sostener cuando se analizan las influencias concéntricas implicadas en el proceso, tanto transhistóricas como transculturales.

Para Stam (2006), la adaptación modela nuevos mundos más que retratar o traicionar mundos antiguos. Por ello, puede denominarse de diversas maneras: *«adaptação enquanto leitura, re-escrita, crítica, tradução, transmutação, metamorfose, recriação, transvocalização, ressuscitação, transfiguração, efetivação, transmodalização, significação, performance, dialogização, canibalização, reimaginação, encarnação ou ressurreição»* (Stam, 2006: 27). Cada uno de estos términos, según el autor, *«joga luz sobre uma faceta diferente da adaptação»* (Stam, 2006: 27).

Darwish y Al-Yasin (2023) explican que explorar *remakes* transnacionales requiere un análisis que contemple aspectos lingüísticos, literarios, culturales e ideológicos. En este sentido, *«já que as adaptações fazem malabarismos entre múltiplas culturas e múltiplas temporalidades, elas se tornam um tipo de barômetro das tendências discursivas em voga no momento da produção»* (Stam, 2006: 48). Además, también reflejan las dinámicas entre los distintos mercados en los que circulan, dado que *«no mercado midiático contemporâneo, torna-se praticamente impossível identificar ou isolar o 'texto' em si, ou distinguir a dimensão estética ou narrativa de seus imperativos comerciais»* (Schatz, 1993: 10, en Mascarello, 2006: 338).

Adaptaciones de obras latinoamericanas en el mercado audiovisual estadounidense

Las adaptaciones de otros productos audiovisuales no son una novedad en el mercado estadounidense. No obstante, resulta especialmente notable el incremento de obras adaptadas a partir de producciones latinoamericanas en lengua española durante las primeras décadas de los años 2000. Este ciclo resulta significativo, en parte, porque América Latina ha sido históricamente considerada en el ámbito del mercado audiovisual internacional como un «suburbio de Hollywood» (García, 2010). Como señala el autor, *«para os EUA, os entretenimentos devem ser tratados como negócio: não só porque o são de fato, mas porque*

constituem para esse país a segunda fonte de rendimentos entre todas as suas exportações, depois da indústria aeroespacial» (García, 2010: 142)¹.

Más allá de los datos estadísticos, la relación entre Estados Unidos y América Latina ha definido de forma significativa la construcción de una identidad latinoamericana a lo largo del siglo XX. Esta identidad ha sido, en muchos casos, reconocida a partir de productos culturales generados fuera del espacio geográfico de los países latinoamericanos, especialmente debido a que las propias relaciones entre estos países han estado, en gran medida, mediadas por la influencia de Estados Unidos. Como afirma García (2010: 17-18): *«há mais de meio século, os intercâmbios culturais entre os Estados Unidos e a América Latina ocorrem mais nas indústrias de comunicação do que na Literatura, nas artes visuais ou na cultura tradicional»*. Y subraya:

Através da relação com a Europa, nós, latino-americanos aprendemos a ser cidadãos, enquanto os vínculos preferenciais com os Estados Unidos nos reduziram a consumidores. [...] Mudanças econômicas, tecnológicas e culturais, pelas quais as identidades se organizam cada vez menos em torno de símbolos nacionais e passam a formar-se a partir do que propõem, por exemplo, Hollywood, Televisa e MTV. (García, 2010: 13 - 14)

Además, se destaca la desigualdad en la producción y distribución de productos audiovisuales dentro del propio espacio latinoamericano. En relación con el fenómeno abordado en este trabajo, resulta fundamental preguntarse (como parte del proceso de comprensión de las elecciones traductorales implicadas en la construcción de las adaptaciones): ¿qué cambios están ocurriendo en los mercados audiovisuales latinoamericano y estadounidense que han despertado ese interés por las producciones latinoamericanas? ¿Y qué motiva a la industria estadounidense a invertir en adaptaciones, en lugar de simplemente importar y exhibir las obras originales en sus salas de cine y en sus plataformas de televisión?

Estas interrogantes también conducen a examinar la articulación entre aspectos estéticos y políticos implicados en la llamada Historia del Cine Mundial, ya que, como señala Mascarello (2006: 335): *«buscar compreender a estética e a economia da Hollywood atual parece-me um dos poucos antídotos contra os impressionismos e “coitadismos” que têm caracterizado, habitualmente, nossa queixa por sua esmagadora dominação industrial e cultural na formação histórica do pós-cinema moderno.»*

Para ello, se vuelve entonces *«indispensável que se considere a determinação da forma fílmica (o estético) pela nova paisagem da indústria de entretenimento - a de integração horizontal (o econômico)»* (Mascarello, 2006: 337). Si retrocedemos en el tiempo, observamos que el mercado audiovisual latinoamericano, desde los inicios de la historia del cine en el continente, ha estado condicionado por las producciones estadounidenses y europeas, con

¹ El libro de García (2010) fue publicado originalmente en español. Sin embargo, en este trabajo se utiliza la versión publicada en Brasil, porque se recuperan fragmentos presentados en la introducción del libro que no se encuentran en la versión original.

un claro predominio de las primeras, como ha ocurrido con las industrias y con mercados culturales de diferentes campos. Así, mientras se configuraba una relación de dependencia estructural, también emergía una disputa interna dentro de los mercados nacionales, marcada por la constante desventaja de las películas latinoamericanas en sus propios países, así como por la dificultad (o imposibilidad) de circulación e importación entre los países que integran la región.

Tal situación de dependencia dio lugar, a partir de los años sesenta, a dos caminos diferenciados entre el mercado cinematográfico y el televisivo. En el ámbito del cine, como explican Shohat y Stam (2006), surgieron (inspirados por los nuevos movimientos europeos) ensayos militantes y una radicalización de la llamada política de autor, con el objetivo de establecer, en toda América Latina, un cine alternativo, independiente y antiimperialista, capaz de proponer «contraverdades» y «contranarrativas» desde una perspectiva anticolonial. *«Diante do historicismo eurocêntrico, os diretores do terceiro mundo e das minorias reescreveram suas próprias histórias, tomando o controle das próprias imagens e falando com suas próprias vozes»* (Shohat y Stam, 2006: 358).

Este cine, según los autores, buscaba oponerse tanto al modelo hollywoodense como a las tradiciones comerciales de sus propios países, percibidas como «burguesas», «alienadas» y «colonizadas». No obstante, dentro de la relación dicotómica que históricamente se establece entre dominantes y dominados, *«mesmo que Hollywood fosse visto como um antagonista político, a antipatia por seus filmes nunca foi total»* (Shohat y Stam, 2006: 358). Además, ninguno de estos movimientos logró desplazar al cine estadounidense de su posición de prestigio y privilegio en los mercados nacionales.

En el caso de la televisión, la historia siguió un camino distinto y más particular. También hacia los años sesenta, la TV comenzó a consolidarse en Latinoamérica como una industria independiente tanto de la industria cinematográfica como de la industria audiovisual estadounidense. Durante décadas, las programaciones en los distintos países latinoamericanos estuvieron dominadas por productos locales o, en el caso de los países hispanohablantes, por contenidos provenientes de otras naciones de la región. A diferencia de lo que ocurría en el ámbito cinematográfico, comenzó a generarse un intercambio significativo entre productos de diferentes países, siendo las telenovelas, en particular, un producto de exportación no solo regional, sino también global (Filho, 2014).

En este contexto, la televisión logró imponerse al cine y, según García (2010), llegó incluso, hacia finales del siglo pasado, a convertirse en el principal medio de exhibición de películas. Esto permitió que la televisión latinoamericana se desarrollara de manera culturalmente independiente de la estadounidense «aunque haya habido inversiones de empresarios norteamericanos y adaptaciones de programas producidos en EE. UU.». Sin embargo, a diferencia del cine de Hollywood, las grandes emisoras latinoamericanas no lograron expandirse con éxito hacia el dominio de parte del mercado global.

Las adaptaciones de productos audiovisuales latinoamericanos, ya sean cinematográficos o televisivos, se convierten, por todo lo anterior, en objetos particularmente relevantes de análisis, especialmente si se considera que este fenómeno ha tenido lugar de forma

simultánea tanto en la producción de películas como en la de series, a pesar de que ambos mercados se hayan desarrollado históricamente y geográficamente de manera muy distinta. Además, la propia adaptación, como fenómeno cinematográfico, plantea cuestiones clave para la construcción de lo que Andrew (2013) denominó la «geología del cine», al ser «*uma construção 'híbrida', mesclando mídia e discursos, um exemplo do que Bazin na década de 1950 já chamava de cinema 'misturado' ou 'impuro'*» (Stam, 2006: 24).

En este sentido, se retoma también lo señalado por Mascarello (2006), a partir de los aportes de Meehan y Schatz, al concluir que el análisis de las producciones audiovisuales contemporáneas debe considerar que estas son, simultáneamente, texto y mercancía, intertexto y línea de productos. La elección de los dos objetos de análisis definidos previamente responde, precisamente, a que a través de ellos es posible observar, en cierta medida, la totalidad del fenómeno que constituye el foco de este trabajo.

En primer lugar, en relación con estas adaptaciones (y con otras mencionadas anteriormente), es relevante considerar lo que Lim (2009: 193), al analizar las adaptaciones estadounidenses de películas de terror orientales, denominó «*the speed of global Hollywood's transnational appropriation of the cinematic signatures of its overseas rivals*».

En este sentido, se destaca el breve intervalo de tiempo que existe entre el lanzamiento de las producciones originales en sus mercados de origen y el estreno de sus versiones adaptadas por Hollywood. Esta rapidez puede explicarse, por un lado, por el interés de Hollywood en llevar esas historias a su público local (dado que el mercado estadounidense ofrece escaso espacio para producciones internacionales), y, por otro, por su intención de frenar la expansión de los mercados de origen de dichos productos. En efecto, al lanzar sus propias versiones, Hollywood no solo adapta los contenidos, sino que también compete activamente por el mercado internacional, disputando espacios como la venta de DVDs, BDs, exhibiciones televisivas, en servicios de *streaming*, y otros productos derivados.

También es importante considerar que, como señala Lim (2009), los *remakes* y las secuelas constituyen una estrategia conservadora de los estudios, percibida como prácticamente infalible. Se trata de una forma alternativa y económica de desarrollo, dado que los guiones ya han sido previamente probados y validados por el público. Además, el autor destaca que, en el contexto globalizado actual, la producción y distribución de Hollywood se ha vuelto transnacional: de este modo, el mercado estadounidense adquiere el trabajo de guionistas de otras regiones (que resultan significativamente más económicos que los escritores locales) y genera mayores beneficios que las versiones originales, gracias a su posición dominante en el mercado internacional.

Al respecto, Schatz (1993, citado en Mascarello, 2006: 338) afirma que «*no mercado midiático contemporâneo, torna-se praticamente impossível identificar ou isolar o 'texto' em si, ou distinguir a dimensão estética ou narrativa de seus imperativos comerciais*» y que, por ello, el análisis de las películas actuales requiere que «*os entendamos sempre e simultaneamente como texto e mercadoria, intertexto e linha de produtos*». Esta lógica se extiende también a otros productos audiovisuales, como telenovelas y series. En este sentido, puede pensarse que las

adaptaciones constituyen una estrategia mediante la cual el mercado estadounidense se apropia de obras originadas en otros contextos, así como de las líneas de productos que podrían derivarse de ellas.

Por ello, estéticamente, los productos audiovisuales también deben transformarse, con el objetivo de alcanzar al mayor número posible de espectadores. Lim (2009: 193) denomina este proceso como «*deracinating cultural translations that homogenize difference in an attempt to achieve maximum palatability across multiple domestic and overseas markets*». En consecuencia, se producen cambios de género, repeticiones y transformaciones que atraviesan las industrias cinematográficas nacionales, regionales y globales, e involucran a diversos actores culturales y transacciones económicas (Lim, 2009), tal como se evidencia en los dos casos que se presentan a continuación.

El caso 1: El Secreto de sus ojos / *Secret in their eyes*

La película «El secreto de sus ojos», ganadora del Óscar a la Mejor Película Extranjera en el año 2010, cuenta la historia de Benjamín Espósito, un funcionario recientemente jubilado del sistema de justicia penal argentino, quien decide escribir un libro basado en un caso real en el que trabajó hace 25 años. Se trata de la violación seguida de asesinato de una joven, Liliana Colotto. Durante su proceso de investigación, descubre que se torturó a obreros para que confesaran el crimen, aunque no lo habían cometido.

En su búsqueda por encontrar al verdadero criminal, Espósito visita al viudo de Liliana, un joven banquero llamado Ricardo Morales. Al examinar fotografías de la pareja, sospecha de un amigo de la infancia y exnovio de Liliana, que parece obsesionado con ella: Isidoro Gómez. Espósito y Pablo Sandoval, su asistente, inician una búsqueda de Gómez, llegando a la casa de su madre, donde roban una de sus cartas, pero no lo encuentran.

A pesar de que el caso fue archivado, decide continuar con sus investigaciones cuando se cruza con el esposo de Liliana en una estación de tren, a la que él acude todos los días con la esperanza de encontrarse algún día con Gómez. Por esto, Espósito y Sandoval buscan a su superiora, Irene Hastings, quien autoriza la reapertura irregular del caso. Espósito y ella mantienen una pasión mutua, aunque impedida porque Irene está comprometida y Espósito se siente inseguro con respecto a su relación.

Un día, mientras beben en un bar, Sandoval recuerda la carta enviada por Gómez a su madre y descubre que él era fanático de Racing, un equipo de fútbol argentino muy popular. Los investigadores comienzan a buscarlo en los partidos del equipo y lo encuentran. Ellos, junto con Irene, realizan un interrogatorio irregular en el cual Gómez confiesa el crimen; sin embargo, es liberado por uno de sus superiores, con la justificación de que sería útil para el Estado infiltrándose en la juventud rebelde. Gómez llega a convertirse en guardaespaldas de la entonces presidenta de la República.

Otros hechos transcurren después de su liberación, pero para el análisis aquí presentado ya se cuenta con la información necesaria.

Es posible notar, en este breve resumen, las huellas de la historia y la cultura local argentina presentes en la narrativa. Estas van desde la relación del argentino con el fútbol

hasta la situación política que existía en el momento en que parte de la historia se desarrolla. Su adaptación hecha por Hollywood, la película «*Secret in Their Eyes*», dirigida y escrita por Billy Ray, se vio obligada a transformar estos elementos, ya que la narrativa fue trasladada al territorio estadounidense. Como nos recuerda Stam (2006: 47), «las adaptaciones están invariablemente inscritas en escenarios nacionales» y deben producirse transformaciones si los escenarios cambian.

Así, «*Secret in Their Eyes*» se traslada a Los Ángeles. Para crear un contexto que pueda involucrar una narrativa similar a la película original (ya adaptada de un libro), sus autores también la trasladan en relación con el tiempo: el crimen a investigar sucede ahora en 2002, un poco antes de los atentados del 11 de septiembre. Se trata, nuevamente, del asesinato de una joven, cuyo cuerpo es encontrado en un contenedor de basura cerca de una mezquita. El contexto ahora es otro: la situación política de la dictadura en Argentina y la corrupción se dejan de lado y, en su lugar, entran el terrorismo y sus relaciones con la inmigración, en un momento específicamente turbulento de la historia de EE. UU.

De esa manera, se identifica en la adaptación estadounidense de «El Secreto de sus Ojos», con base en los conceptos de Venuti (1995), una sucesión de procesos de domesticación de la narrativa original, en tanto reconfigura los elementos culturales, históricos y sociales de la versión original para hacerlos más accesibles y comprensibles al público estadounidense y al público global, ya familiarizado con la cultura de masas de EE. UU. Al trasladar la acción a Los Ángeles y ubicar el crimen en el contexto posterior al 11 de septiembre, se reinterpreta el conflicto original (marcado por la dictadura militar argentina y la corrupción institucional) y lo sustituye por una narrativa centrada en el terrorismo y la xenofobia, temas clave del imaginario político estadounidense contemporáneo. Esta operación de traslado no es neutra; responde a una lógica de traducción etnocéntrica (Berman, 2007), en la que la obra extranjera es sometida a profundas transformaciones simbólicas que, de cierto modo, borran su alteridad para ajustarla a los valores y sensibilidades de la cultura receptora (y exportadora). De este modo, la adaptación pierde su especificidad cultural argentina, convirtiéndose en un producto narrativo alineado con las preocupaciones ideológicas (y mercadológicas) de Hollywood y del público norteamericano.

Los personajes también se transforman, se comprimen y se reorganizan: los protagonistas son dos agentes antiterroristas del FBI, Ray Kasten y su compañera Jessica «Jess» Cobb, junto con Claire Sloan, la jefa directa del equipo en el que trabajan. Esta vez, la hija de Jess es la que es encontrada muerta, por lo que se fusionan en un solo personaje lo que, en la versión original, eran el compañero de investigación y el marido de la víctima. Ahora se representan como una mujer, madre, cuya relación con la víctima se vuelve aún más pasional. La obsesión del protagonista por el caso, en la adaptación, también se extiende por largos años (trece y no veinte como en el original), pero por una razón mucho más obvia: la niña asesinada era hija de su gran amiga. Ya no hay un libro que escribir. Además, este protagonista ya no es un hombre jubilado, sino que sigue en activo, investigando este crimen. El sospechoso del crimen, en esta versión, deja de ser investigado oficialmente

también por intereses del Estado, ya que es una fuente del FBI, infiltrado en una mezquita sospechosa de ser una célula terrorista. Su relación con el deporte ahora es con el béisbol y no con el fútbol, en otra adaptación cultural hecha para insertar la historia en la realidad estadounidense.

Por lo tanto, esas transformaciones no implican apenas un cambio de escenario o temporalidad, sino que afectan la dimensión ética y política de la narrativa original. En la versión argentina, el crimen funciona como un punto de entrada para denunciar las heridas abiertas de una memoria colectiva marcada por el autoritarismo y la impunidad, mientras que, en la versión estadounidense, el mismo crimen es resignificado en función de una agenda securitaria y un discurso sobre el «otro» como amenaza, reforzando estereotipos sobre comunidades musulmanas e inmigrantes. Además, la temática de la corrupción deja de aparecer porque no condice con la imagen de la policía que desea vender la película, y la impunidad se justifica por una causa más importante. Estas estrategias de domesticación reducen la fricción cultural y eliminan el extrañamiento que la obra extranjera podría provocar en el espectador local y en el espectador global, ya acostumbrado a los referenciales culturales estadounidenses.

Berman (2007), al tratar de textos literarios, advertía que este tipo de traducción etnocéntrica podría contribuir a una empobrecedora homogeneización cultural, en la que lo extranjero es asimilado y reconfigurado hasta volverse reconocible, pero al costo de perder su singularidad. En este sentido, la adaptación «*Secret in Their Eyes*» opera como una forma de «traducción cultural» que, en lugar de abrirse al otro, lo subordina al imaginario dominante estadounidense.

Si se considera, como se expuso anteriormente, la adaptación como un espacio de encuentro entre múltiples lenguajes y discursos, el traslado de «El secreto de sus ojos» a un contexto estadounidense no solo reconfigura su contenido, sino que también negocia distintos códigos audiovisuales para construir una experiencia narrativa que dialogue con las pretensiones de los nuevos productores y las expectativas del público previsto (local y global). Esta hibridación implica, por ejemplo, la incorporación de elementos propios del cine de suspenso y acción norteamericano, que influyen en la estructura y el ritmo de la película, diferenciándose del tono más melodramático y político del original.

De esa manera, no se puede olvidar que la narrativa inicial pasa a estar al servicio de la industria cultural audiovisual más fuerte del mundo, que posee un mercado global. Así, los grandes cambios dentro de la narrativa se derivan no solamente del hecho de que fue trasladada a otro mercado, sino principalmente del hecho de que este mercado aún se pretende global; por eso se insertan referentes culturales estadounidenses muy reconocidos por el público mundial, acostumbrado al cine hollywoodense. De esta manera, las huellas culturales y todo lo que en la película se identifica con una forma argentina de hacer cine (los diálogos, los encuadres, la fotografía, las actuaciones, el montaje, la banda sonora, etc.) son eliminados o transformados en elementos asociados a un cine que se pretende universal, esencialmente definido por lo que EE. UU., como mercado, postulan como cine.

En este sentido, la adaptación funciona también como un mediador cultural que filtra y adapta las referencias originales, resignificándolas para generar nuevas intertextualidades y, a la vez, nuevas conexiones con un público diferente, lo que contribuye a la domesticación de la obra y a su inserción en un circuito audiovisual globalizado.

El caso 2: Yo soy Betty, la fea / *Ugly Betty*

Exhibida por RCN Televisión en Colombia, entre el 25 de octubre de 1999 y el 8 de mayo de 2001, «Yo soy Betty, la fea» es considerada por el Guinness World Records como la telenovela más exitosa de la historia. Fue transmitida en más de 100 países, doblada en más de 15 idiomas y cuenta con 22 adaptaciones en todo el mundo. Narra la historia de «Betty», Beatriz Pinzón, una joven economista talentosa y trabajadora, pero considerada «fea». Betty es contratada por Ecomoda, una exitosa compañía de moda en Bogotá, y se convierte en la asistente del presidente de la empresa, Armando Mendoza. Aunque Betty se destaca por su gran inteligencia y sus habilidades financieras, varios de sus compañeros de trabajo (especialmente las modelos y los ejecutivos de la empresa) con frecuencia la subestiman y se burlan de su apariencia.

A lo largo de la historia, Betty desarrolla sentimientos cada vez más fuertes por Armando, quien, en un intento por salvar la empresa de una crisis financiera y ocultar su verdadera situación económica, se aprovecha de su lealtad y de sus talentos, manipulando a Betty y sus sentimientos. Sin embargo, mientras ella cae en el engaño, también empieza a ganarse el respeto y la admiración de algunos en la empresa, y forma una red de amistad con otras trabajadoras que integran «El Cuartel de las Feas». La familia de Betty es fundamental en la narrativa y está compuesta por Hermes Pinzón, su padre, de valores tradicionales y muy protector, y Julia Solano de Pinzón, su madre, amorosa, paciente y comprensiva. Betty también cuenta con el apoyo de su amigo de toda la vida, Nicolás Mora, también economista. La familia y los amigos de Betty representan una red de apoyo crucial para ella. El conflicto principal surge cuando Betty descubre la manipulación y el engaño de Armando, lo cual provoca una gran crisis emocional y pone a Ecomoda en una situación delicada. Como se trata de una telenovela (especialmente extensa debido a su éxito), son muchos los hechos que transcurren a lo largo de la narrativa; sin embargo, como en el caso anterior, este resumen ya proporciona la cantidad de información suficiente para el análisis inicial.

«*Ugly Betty*» es la primera versión estadounidense de «Yo soy Betty, la fea», ya que en 2019 se realizó «Betty en NY», una telenovela estadounidense en idioma español. Se trata de una serie de considerable éxito, desarrollada por Silvio Horta, que sigue la historia de Betty Suarez, una joven «latina», inteligente y trabajadora, que vive en Nueva York y sueña con tener éxito en el mundo editorial. Al ser trasladada a la ciudad de Nueva York, también se hacen necesarios cambios en los referentes culturales presentes en la telenovela original,

los cuales eran numerosos y constituían una parte esencial de la obra, ya que esta retrataba la vida cotidiana de los personajes (de distintas clases y orígenes) en la ciudad de Bogotá.

Al igual que la Betty original, la Betty estadounidense también tiene un estilo y una apariencia que chocan con el mundo de la moda. Betty consigue un trabajo como asistente del editor jefe de la revista *Mode*, Daniel Meade (y aquí se nota un cambio importante); mientras que en el original la historia transcurría en una empresa de vestimenta, en esta versión se desarrolla en una revista de moda, lo que reduce el número de personajes (empleados de la empresa) y escenarios, pero mantiene la idea de no pertenencia de la protagonista.

En esta versión, Betty es estadounidense de origen mexicano y es mucho más segura de sí misma e independiente de su familia, ahora compuesta por su padre, su hermana y un sobrino. A lo largo de la serie, también enfrenta el esnobismo y las burlas de sus compañeros: la cruel editora creativa Wilhelmina Slater, quien quiere dirigir la revista, y su asistente Marc St. James, quienes conspiran constantemente para sacarla de la empresa, debido a que ella se destaca muy rápidamente y contribuye al éxito de Daniel; además de Amanda Tanen, una recepcionista superficial e inmadura que posteriormente se convierte en su amiga. No existe un «Cuartel de las Feas» en esta versión. Inicialmente, la única amiga que hace Betty en el trabajo es la costurera Christina. Betty también comienza la serie con un novio y, aún en la primera temporada, consigue otro pretendiente en el trabajo.

Obviamente, en este proceso de adaptación hay cambios que derivan de la transformación en la forma de narrar, ya que el original es una telenovela que se exhibe de manera constante y con un tiempo más o menos determinado para finalizar, mientras que la adaptación es una serie de televisión, exhibida por temporadas e inicialmente sin definiciones claras sobre su duración. Además, como en el caso anterior, también se notan grandes cambios dentro de la narrativa, derivados de su traslado a otro mercado: el mismo mercado estadounidense que se pretende global. Hay cambios, además de los ya detallados en la definición y caracterización de los personajes, en las marcas culturales.

La adaptación estadounidense «*Ugly Betty*» ejemplifica perfectamente la compleja orquestación de discursos que Stam (2006) describe como una característica esencial de la adaptación audiovisual. Al trasladar la narrativa desde un contexto colombiano a uno estadounidense, y desde una telenovela latinoamericana a una serie de televisión, la obra no solo reubica la trama, sino que también negocia y combina múltiples códigos culturales, sociales y estéticos propios del nuevo género televisivo y del público al que se dirige: un público estadounidense compuesto también por «latinos», y un público global, que incluye a latinoamericanos y otros espectadores familiarizados con el texto de origen. Esta orquestación se manifiesta claramente en la transformación de los escenarios (de una empresa de vestimenta a una revista de moda) y en la redefinición de los personajes, como la versión de Betty, que adquiere una identidad «latina» estadounidense más segura e independiente, adaptada a los discursos y estereotipos del mercado televisivo norteamericano.

Tal orquestación de discursos se convierte, de cierto modo, en una estrategia de homogeneización cultural «disfrazada» de hibridación. Aunque la serie parece dialogar con múltiples códigos culturales y narrativos, esta combinación termina subordinando las especificidades culturales originales a las lógicas de producción y consumo del mercado televisivo norteamericano. La transformación del entorno laboral y familiar de los personajes, manteniendo un «protagonismo latino», refleja una negociación que prioriza la simplificación y la domesticación para asegurar, al mismo tiempo, la aceptación del público latino, del público estadounidense no latino, así como de un público externo acostumbrado a consumir productos de ese género, sacrificando la complejidad social y cultural que caracterizaba a la versión original. En este sentido, «*Ugly Betty*» no solo es una reelaboración, sino una construcción intertextual que dialoga con el texto original, con otras producciones del circuito audiovisual estadounidense y con las expectativas de un público diverso, «latino» y globalizado.

Asimismo, la redefinición del personaje principal como una joven latina más segura e independiente no solo responde a estereotipos y demandas del mercado, sino que también contribuye a una representación que, aunque aparentemente empoderada, puede reforzar clichés sobre la «asimilación» y el «sueño americano». Esta reconfiguración implica un borramiento de las tensiones y contradicciones propias de la identidad latinoamericana que la versión colombiana exploraba, evidenciando un proceso de traducción etnocéntrica (Berman, 2007), homogeneizante y domesticador. Lo extranjero que cabe en la adaptación es un extranjero ya asimilado a los valores culturales más profundos de EE.UU.

La producción de nuevas intertextualidades, de esta manera, funciona aquí menos como una apertura hacia la alteridad y más como un mecanismo para integrar la narrativa dentro de un imaginario cultural dominante. La serie no solo adapta la historia, sino que la inserta en un circuito audiovisual donde las diferencias culturales se diluyen en favor de un lenguaje estadounidense que «acepta» la diversidad latinoamericana, pero solo al insertarla en un imaginario global uniforme, reduciendo así el tono crítico de la obra original, especialmente en lo que se refiere a las relaciones entre las clases sociales, un elemento definitorio de las tramas desarrolladas en «Yo soy Betty, la fea».

Un cambio fundamental en «*Ugly Betty*» que ejemplifica bien dichos procesos, se da en la reconfiguración del núcleo familiar, que en la versión colombiana representa a una familia tradicional de clase media baja, mientras que en la adaptación estadounidense se transforma en una familia de origen mexicano, con una segunda y una tercera generación ya nacidas en EE. UU. Este desplazamiento, aunque conserva la «latinidad» del personaje, reconstruye dicha identidad a partir de referentes culturales cotidianos estadounidenses, lo que implica una domesticación cultural que privilegia una versión comercialmente viable del «latino» en Estados Unidos. Esta construcción afecta directamente el papel de la familia en la trama, que en la versión original está íntimamente ligada a la vida y decisiones de Betty, influyendo activamente en su desarrollo personal y profesional. En cambio, en la versión estadounidense, el padre de Betty interviene menos en su vida laboral y otras tramas

familiares transcurren de manera más autónoma, desconectadas del arco principal, lo que reduce la interdependencia y la complejidad emocional que caracterizaban a la telenovela colombiana.

Esta fragmentación del entramado familiar se correlaciona con una transformación en las relaciones personales de Betty. En «*Ugly Betty*», la protagonista otorga mayor peso a su vida profesional que a sus vínculos amorosos, una diferencia notable respecto al original, donde los conflictos sentimentales son motores narrativos cruciales. El hecho de que Betty comience la serie con una relación amorosa ya establecida refleja un cambio en el perfil del personaje hacia una mujer más autónoma y pragmática, menos definida por sus emociones y más por su agencia, en línea con las convenciones del género televisivo estadounidense. Este cambio también se vincula con la pérdida del melodrama, un rasgo fundamental del producto original, en el que Betty era más víctima de las circunstancias y de las acciones de otros, mientras que en la adaptación asume un rol activo, transformándose en protagonista de su propio destino.

Eso se relaciona directamente con la pérdida de uno de los elementos más significativos del producto original: la presencia y función del «Cuartel de las Feas», un espacio colectivo donde las mujeres consideradas «feas» construyen redes de solidaridad y resistencia frente a las dinámicas de exclusión y discriminación en la empresa, regidas por las diferencias de clase social. En la versión original, este grupo no solo funciona como un refugio emocional para la protagonista, sino también como un espacio de humor político que dialoga directamente con el público, al visibilizar las tensiones de clase presentes en la sociedad colombiana. Su desaparición en la adaptación estadounidense implica un borramiento de esta dimensión de la diferencia de clases, reduciendo la experiencia de Betty a una cuestión individual de «no pertenencia», más que a un fenómeno colectivo de marginación. Esta omisión también refleja una domesticación cultural que desvincula la narrativa de las realidades estructurales de clase social, en favor de un relato más centrado en el desarrollo personal y profesional de la protagonista, acorde con un imaginario cultural que privilegia la movilidad individual sobre la idea de colectividad.

Además, la ausencia del tema de la corrupción, tan presente en la relación entre Betty y Armando en la versión original, implica un desplazamiento ético y político significativo. La eliminación de esta dimensión no solo suaviza la narrativa, sino que también transforma las relaciones de poder y los valores morales presentados en la historia, acomodándola a un marco narrativo más neutral y desprovisto de la carga social que caracterizaba a la versión colombiana. Aunque en la serie aparezcan temáticas relativas a problemas sociales estadounidenses, especialmente en torno a la inmigración ilegal, esta simplificación revela una respuesta a las exigencias de un mercado televisivo que prefiere historias de superación personal y éxito individual antes que críticas directas a las estructuras institucionales o sociales.

Estas modificaciones no solo afectan el contenido, sino que reestructuran el propio modo de narrar. Todos los procesos de adaptación generan cambios fundamentales en la forma de narrar entre ambos productos, ya que en la versión estadounidense se pierde el

«melodrama», construyéndose una narrativa en la que la protagonista es más agente de sus actos y menos víctima de las acciones de los demás. Así, la adaptación se distancia del modo de narrar típico de las telenovelas, optando por una historia en la que el personaje central es un agente activo y empoderado, reflejo de las expectativas de autonomía e individualismo predominantes en el imaginario cultural estadounidense. Esta transformación muestra cómo la domesticación cultural (Venuti, 1995) no solo reconfigura elementos superficiales, sino que opera sobre bases éticas, políticas y emocionales, borrando aspectos fundamentales de la experiencia original para ajustarse a los cánones de un mercado globalizado. Por lo tanto, más que un diálogo entre culturas, las adaptaciones funcionan como instrumentos de domesticación que validan y reproducen las normas y valores del mercado hegemónico.

Breves consideraciones sobre los dos casos

A lo largo de ambas adaptaciones se producen otras transformaciones cuyo análisis requeriría estudios más extensos y con enfoques específicos. Dado que este es un estudio inicial, centrado en la contextualización del fenómeno investigado, puede observarse, de manera resumida, que en el proceso de adaptación de ambos productos se realizaron cambios significativos: eventos de la historia original fueron eliminados, añadidos o modificados, y personajes fueron incorporados, eliminados o condensados. La gran pregunta que guía este análisis es: «*Qual é o "sentido" dessas alterações?*» (Stam, 2006: 43); es decir, ¿por qué ocurren?

«El Secreto de sus ojos», por ejemplo, la película original argentina, constituye uno de los pocos éxitos internacionales (tanto de crítica como de público) del cine latinoamericano a comienzos del siglo XXI, logrando expandirse con relativo éxito en el mercado global. Aun así, se vio obligada a competir con «*Secret in Their Eyes*», su versión adaptada, en el mercado donde las producciones audiovisuales continúan circulando más allá del estreno en salas de cine. En este contexto, cabe destacar que la versión estadounidense cuenta con las actrices Julia Roberts y Nicole Kidman como protagonistas, dos de las figuras más reconocidas y exitosas del mercado hollywoodense. En este sentido, resulta pertinente recordar lo que señalan Shohat y Stam respecto al cine producido y realizado en el Tercer Mundo:

Além dos baixos orçamentos, das taxas de importação sobre os materiais e dos custos de produção, eles também se confrontam com mercados mais limitados e menos ricos. Além disso, precisam competir com os filmes estrangeiros luxuosos e de orçamentos altos que são 'despejados' sem cerimônias em seus países. Essas diferenças na produção inevitavelmente se refletem tanto na ideologia como na estética dos filmes. (2006: 368).

En términos político-económicos, se observa que las recientes adaptaciones estadounidenses y sus originales latinoamericanos configuran una competencia mercadológica que trasciende el momento de distribución inicial de las películas o de emisión televisiva de los productos. Desde el punto de vista estético, sin embargo, es

fundamental recordar que la adaptación no representa una forma inferior de creación audiovisual en comparación con la elaboración de guiones originales.

En resumen, se puede observar que los procesos descritos anteriormente en este texto representan, de manera bastante significativa, no solo los cambios realizados para la inserción de las narrativas en el mercado estadounidense, sino también las diferencias entre los procesos que atravesaron las películas y los que atravesaron las telenovelas. Así, aunque sea necesario continuar profundizando estos análisis más detallados, incluyendo aspectos técnicos de la narrativa audiovisual, se puede constatar, retomando la historia del cine y del audiovisual y la relación entre los mercados estadounidense y latinoamericano, que se emplean estrategias distintas por parte de los creadores de películas y de las series, dado que cine y televisión también han construido caminos diferentes en estas relaciones.

Como el cine hollywoodense ya es universal, construir una película esencialmente estadounidense (y neoyorquina) garantiza un lugar privilegiado en la disputa por los mercados extranjeros, incluso en los latinoamericanos (en Brasil, por ejemplo, muchas personas vieron la adaptación de la película sin haber visto la original). Sin embargo, dado que el público latinoamericano está muy conectado a la televisión y a las narrativas locales que en ella se exhiben, la adaptación de la serie busca atraer a ese público «latino» sin perder a su audiencia original. Por lo tanto, se mantiene una protagonista «latina», pero en la narrativa se incluyen, en lugar de los valores locales del texto original (colombiano), los valores estadounidenses como prioritarios para la construcción de la historia.

Entender estéticamente los procesos que se desarrollan es esencial para comprender dichos productos como manifestaciones artísticas y culturales a lo largo de su historia, pero es igualmente necesario integrar ese análisis a la comprensión de cuál es la «faceta» de la adaptación que se privilegia en los juegos de disputa entre los mercados cinematográficos. Se espera que este trabajo haya contribuido, de alguna manera, a esa mirada.

CONCLUSIONES

En el análisis realizado se observa que las adaptaciones audiovisuales estudiadas no se limitan a un proceso de transposición narrativa, sino que implican una reconfiguración de las narrativas originales condicionada por el mercado de llegada, que se pretende un mercado global. En ambos casos, los cambios identificados en la ambientación, en los conflictos centrales, en la construcción de personajes y en los valores representados responden a dinámicas económicas, políticas y culturales propias del mercado audiovisual estadounidense.

En el caso de la adaptación cinematográfica de «El Secreto de sus ojos», la narrativa se reorganiza desde una perspectiva esencialmente estadounidense. El traslado espacial y temporal, la sustitución del contexto de la dictadura argentina por el escenario posterior al 11 de septiembre, la reformulación de los personajes y la incorporación de códigos propios del *thriller* norteamericano evidencian una adecuación orientada a inscribir la historia dentro de parámetros reconocibles del cine hollywoodense. Estas transformaciones se construyeron bajo el presupuesto de que el cine producido en Estados Unidos opera como

modelo universal de representación, capaz de absorber y reformular narrativas extranjeras dentro de sus propios marcos culturales y estéticos.

En el caso de la adaptación televisiva de «Yo soy Betty, la fea», el proceso de adaptación se presenta desde una lógica similar, pero distinta. La serie mantiene la idea de una protagonista identificada como «latina», lo que indica una estrategia de interpelación directa a públicos latinoamericanos y latinos residentes en Estados Unidos. Sin embargo, esta preservación identitaria se combina con una reorganización de los valores narrativos: se reduce la centralidad del melodrama, se debilita la dimensión colectiva y de clase presente en el original, y se privilegian narrativas de autonomía individual, movilidad profesional y éxito personal, coherentes con el imaginario cultural estadounidense. De este modo, la serie no reproduce el modelo cultural colombiano, sino que integra la identidad latina dentro de una estructura narrativa dominada por valores estadounidenses.

Así, las adaptaciones responden a estrategias diferenciadas según el medio y el público objetivo. En el cine, la reformulación tiende a universalizar la narrativa desde parámetros esencialmente estadounidenses, borrando las marcas culturales argentinas del texto de origen. En la televisión, en cambio, se observa una estrategia de incorporación selectiva de elementos identitarios latinoamericanos (pero no necesariamente colombianos), articulados dentro de un marco narrativo que prioriza valores y convenciones del mercado televisivo de Estados Unidos.

En consecuencia, las adaptaciones analizadas funcionan como mecanismos de reconfiguración cultural que buscan mantener la posición dominante del mercado audiovisual estadounidense en el mundo. Mientras la película adaptada se presenta como una versión plenamente integrada al modelo universal del cine hollywoodense que ya alcanza a públicos diferentes de todo el mundo, la serie adaptada de la telenovela busca ampliar el alcance televisivo hacia públicos latinoamericanos sin abandonar los marcos culturales del mercado hegemónico.

BIBLIOGRAFÍA

- ANDREW, D. (2013). Além e Abaixo do Mapa do Cinema Mundial. En, S. DENNISON (Ed.). *World Cinema: As novas cartografias do cinema* (pp. 35-50). Papirus.
- BERMAN, A. (1995). *Pour une critique des traductions: John Donne*. Gallimard.
- DARWISH, I., & AL-YASIN, S. (2023). Transnational audiovisual remakes: Suits in Arabic as a case study. *Open Linguistics*, 9, 20220256, 1-10. <https://www.degruyter.com/document/doi/10.1515/opli-2022-0256/html>
- FILHO, E. A. B. (2014). *A TV na América Latina: formação e desenvolvimento da televisão no Brasil e no México* (Ponencia). V Congresso Internacional de História da UFG - Jataí. Jataí, GO, Brasil. [http://www.congressohistoriajatai.org/anais2014/Link%20\(63\).pdf](http://www.congressohistoriajatai.org/anais2014/Link%20(63).pdf).
- GARCÍA CANCLINI, N. (2010). *Consumidores e Cidadãos - conflitos multiculturais da globalização*. Editora UFRJ.

- HURTADO ALBIR, A. (2011). *Traducción y traductología: introducción a la traductología*. Gredos.
- JAKOBSON, R. (2003). *Linguística e Comunicação*. Cultrix.
- LIM, B. C. (2009). The Ghostliness of Genre - Global Hollywood Remakes the "Asian Horror Film". En, B. C. LIM. *Translating Time - Cinema, the Fantastic, and Temporal Critique* (pp. 190 - 244). Duke University Press.
- LU, S. (2023). How Existing Literary Translation Fits Into Film Adaptations: The Subtitling Of Neologisms In Harry Potter From A Multimodal Perspective. *Visual Communication*, 24(2), s/p. <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/14703572221141959>
- MASCARELLO, F. (2006). Cinema Hollywoodiano Contemporâneo. En, F. MASCARELLO. *História do cinema mundial* (pp. 333-360). Papirus.
- MILTON, J. (2015). Tradução & adaptação. En, L. M. AMORIM, C. C. RODRIGUES, & E. STUPIELLO (orgs.). *Tradução & perspectivas teóricas e práticas* (17-43). Editora UNESP/Cultura Acadêmica. <https://books.scielo.org/id/6vkk8/pdf/amorim-9788568334614-03.pdf>.
- LOPES, L. P. M. (2006). Linguística Aplicada e vida contemporânea: problematização dos construtos que têm orientado a pesquisa. En, L. P. M. LOPES (org.). *Por uma Linguística Aplicada Indisciplinar* (pp. 85-107). Parábola Editorial.
- NORD, C. (2010). Las funciones comunicativas en el proceso de traducción: un modelo cuadrifuncional. *Núcleo*, 22(27), 239-255. https://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0798-97842010000100010.
- PENNYCOOK, A. (2006). Uma linguística aplicada transgressiva. En, L. P. M. LOPES (org.). *Por uma linguística aplicada indisciplinar* (pp. 67-84). Parábola Editorial.
- PIEPER, E. C. B, & LUIZ, T. M. (2024). O grande Gatsby no cinema de Baz Luhrmann: uma leitura da adaptação do romance homônimo sobre o sonho americano. *Acta Scientiarum Language and Culture*, 46(2), e70429, 1-9. <https://periodicos.uem.br/ojs/index.php/ActaSciLangCult/article/view/70429>.
- RAJAGOPALAN, K. (2003). *Por uma linguística crítica: linguagem, identidade e questão ética*. Parábola Editorial.
- SHOHAT, E., & STAM, R. (2006). *Crítica da Imagem Eurocêntrica - cinema, teatro, modernidade*. Editora Cosac Naify.
- STAM, R. (2006). Teoria e prática da adaptação: da fidelidade à intertextualidade. *Ilha do Desterro*, 5, 19-53. <https://doi.org/10.5007/2175-8026.2006n51p19>
- STAM, R., REINIGER, R. G., & VADICO, L. A. (2017). Robert Stam - Cinema, Literatura e a trajetória de uma metodologia de pesquisa. *Intercom: Revista Brasileira de Ciências da Comunicação*, 40(2), 203-212. <https://doi.org/10.1590/1809-58442017212>
- VENUTI, L. (1995). *The Translator's Invisibility: a History of Translation*. Routledge.

DATOS DEL AUTOR

Diego da Silva Vargas (1986, Rio de Janeiro, Brasil). Becario del Programa Jovem Cientista do Nosso Estado - FAPERJ. Profesor de la Escuela de Letras de la Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro y del Programa Interdisciplinar de Pós-graduação em Linguística Aplicada de la Universidade Federal do Rio de Janeiro. Doctor en Letras Neolatinas por la Universidade Federal

do Rio de Janeiro. Licenciado en Letras Portugués-Español por la Universidade Federal do Rio de Janeiro y en Cine y Audiovisual por la Universidad Federal Fluminense.



Este texto se distribuye bajo una licencia Creative Commons
Reconocimiento-NoComercial 4.0 Licencia Internacional.

ISSN: 0042-1547 (papel) ISSN: 1997-6720 (digital)
<http://islas.uclv.edu.cu>