

## *Presentación. Introduction*

Charo Lacalle y Alfredo Cid Jurado

La circulación internacional de formatos televisivos se aceleró de manera notable con la expansión del sistema de comunicaciones de los años noventa, impulsada por internet. A diferencia del entretenimiento (*realities*, concursos...), que constituye la punta de lanza de las adaptaciones, el drama y el documental integran la tipología de programas más vendidos, por lo que las numerosas adaptaciones de *Yo soy Betty la fea* (RCN, 1999-2001) representan un auténtico hito de la historia de la televisión. De ahí la conveniencia de delimitar, aunque sea manera sumaria, el ámbito conceptual en el que se mueve este apartado del número 23 de *DeSignis*, dedicado a los “Nuevos imaginarios”.

Desde una perspectiva semiótica, consideramos pertinente diferenciar el formato en cuanto referencia productivo-interpretativa, del *format package*, una especie de “paquete de instrucciones” para la adaptación del programa, integrado por la *biblia* (la descripción minuciosa de todos los elementos que integran el formato), los datos pormenorizados de programación, audiencia y target de cada país donde se ha emitido o adaptado, etc. (Moran 2004). En el primer caso, la adaptación de formatos se podría considerar una variante de la traducción intersemiótica (Eco, 2003), cuya especificidad residiría en la acertada combinación de las características identitarias del texto de partida con la idiosincrasia del contexto cultural en el que se sitúa la transposición. En el segundo caso, se trata de un modo producción de las industrias de la cultura *tout court*, destinado a maximizar los recursos al tiempo que se minimizan los costes.

En un artículo publicado en esta misma revista en 2005, la especialista en televisión, Milly Buonanno consideraba la “indigenización” como la condición necesaria de la circulación internacional de formatos:

Independientemente del contexto televisivo donde se utilice, el término formato remite siempre de modo directo –sin necesidad de ulteriores especificaciones- a un concepto, un modelo o un esquema de transmisión televisiva, elaborado (y probado inicialmente en un país y, sucesivamente, exportado o adquirido en otros mercados. Sin modificar la fórmula inicial, el formato se readapta o, mejor dicho, se ‘indigeniza’ (Buonanno, 2005: 20).

La capacidad de difracción del formato<sup>1</sup>, virtualmente ilimitada, presenta muchos rasgos comunes con la de los géneros. En cierto modo, se trata de dos caras de la misma moneda, diferenciadas principalmente por los respectivos ámbitos de actuación de uno y de otro. Así, mientras que el género es un concepto teórico, que nos permite explicar la estructura de la propia textualidad (la articulación entre historia y discurso), el formato es un concepto del marketing, una especie de manual de instrucciones para llevar a cabo la difracción. Esta última acepción implica, para algunos autores, que la adaptación de un programa televisivo en al menos un país diferente del productor inicial se considere condición necesaria para definir un formato televisivo (Schmitt, Brisson y Fay, citados en Jensen, 2007: 14).

Las diferentes aproximaciones al fenómeno de *Yo soy Betty la fea*, integradas en esta sección de los “Nuevos imaginarios”, ponen de manifiesto, una vez más, que los relatos de la era global constituyen reformulaciones de ese Relato universal, definido por Barthes en un texto seminal de la Semiótica (Barthes, 1966), como una estructura capaz de contraerse hasta llegar a condensarse en una oración: la historia de un patito feo que se casa con el príncipe, en el caso de *Yo soy Betty la fea*. Esa es, en nuestra opinión, la clave de este formato, que exaspera hasta extremos inimaginables en la era neotecnológica la capacidad de convertir una historia en un *perpetuum mobile*, susceptible de generar tanto un número ilimitado de adaptaciones como de interpretaciones.

#### NOTAS

1. Utilizamos el concepto de difracción de los géneros y de los formatos en la acepción que Jean Baudrillard le atribuye al “sujeto fractal”, capaz de desdoblarse en una multitud de egos miniaturizados, muy parecidos entre sí (Baudrillard, 1989).

#### REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

- Buonanno, M.** (2005) “La masa y el relleno. La miniserie en la ficción italiana”. En *deSigniS 7-8 Los formatos de la Televisión*. PP 19-30.
- Barthes, R.** (1966[1993]) “Introducción al análisis estructural de los relatos”. En R. Barthes, *La aventura semiológica*. Barcelona: Paidós, 163-202.
- Baudrillard, J.** (1990[1989]) “Videoesfera y sujeto fractal”. En G. Anceschi et al. *Videoculturas de fin de siglo*, Madrid, Cátedra, 27-36.
- Eco, U.** (2003) *Dire quasi la stessa cosa*. Milano: Bompiani.
- Escudero, L. - Veron, E.** (eds) (1997) *Telenovela. Ficción popular y mutaciones culturales*. Barcelona: Gedisa.
- Jensen, P. M.** (2007) *Television format adaptation in a trans-national perspective – an australian and danish case study*. PHD Thesis, Universidad de Aarhus (Dinamarca) [http://imv.au.dk/~piamj/TV\\_Format\\_Adaptation.pdf](http://imv.au.dk/~piamj/TV_Format_Adaptation.pdf).
- Moran, A.** (2004) “Television formats in the world/the world of television formats”. En A. Moran y M. Keane (eds.), *Television Across Asia*, London: Routledge Curzon, 1-8.