

EL CUARTEL DE LAS FEAS¹

Arlindo Machado²
Marta Lucía Vélez³

Resumo: *A telenovela colombiana Yo Soy Betty la Fea sacudiu os esquemas mais rígidos da ficção televisiva latino-americana, sobretudo pela introdução de três importantes desvios nos cânones novelescos: primeiro, transformou a telenovela num gênero híbrido, misturando o melodrama com a comédia de situações (sitcom); segundo, modificou o estereótipo da mulher na telenovela, fazendo emergir personagens femininos completamente fora do padrão convencional; e terceiro, introduziu na telenovela personagens e situações da vida real, confundindo-se, em alguns momentos, com os formatos jornalísticos. O sucesso dessa telenovela em todo o mundo, inclusive entre os que não suportam telenovelas, se explica, de um lado, pelo seu sofisticado manejo dos recursos de linguagem da televisão e, de outro, pelo estranhamento que produz, quando o embate entre as “feias” e a estrutura administrativa da empresa Ecomoda parece apontar para alguma coisa mais grave, sintoma de problemas maiores.*

Palavras-Chave: *telenovela latino-americana, hibridismo, paródia.*

A matriz narrativa da telenovela latino-americana sempre foi o melodrama passional e lacrimoso, que os falantes de língua espanhola às vezes também chamam de *novela rosa*, com predominância do tema do amor proibido ou difícil, particularmente para a mulher, que é quase sempre a mais bela, mas também a mais vitimada, condenada a negociar o amor com as determinações econômicas, religiosas e morais. O homem, por sua vez, tende a ser freqüentemente mais rico ou mais bem sucedido, além de corajoso, livre e, às vezes, bom rapaz. Podem existir também inversões – a mulher rica e possessiva, ou o homem perverso e oportunista –, mas esses personagens tendem a ser os *vilões*, necessários apenas para provocar conflitos e gerar desequilíbrios temporários nos padrões sociais estabelecidos.

A telenovela colombiana *Yo Soy Betty la Fea* (RCN, 1999) sacudiu um pouco esses esquemas, sobretudo pela introdução de três importantes desvios nos cânones novelescos:

¹ Trabalho apresentado ao Grupo de Trabalho “Mídia e Entretenimento”, do XVI Encontro da Compós, na UTP, em Curitiba, PR, em junho de 2007.

² Pontifícia Universidade Católica de São Paulo – arlimach@uol.com.br.

³ Universidad de Caldas (Manizales, Colômbia) – martaluciavelez@hotmail.com.

primeiro, transformou a telenovela num gênero híbrido, misturando o melodrama com a comédia de situações (*sitcom*), além de roçar também outros gêneros e formatos televisivos; segundo, modificou o estereótipo da mulher na telenovela, fazendo emergir personagens femininos completamente fora do padrão convencional; e terceiro, introduziu na telenovela personagens e situações da vida real, confundindo-se, em alguns momentos, com os formatos jornalísticos, como a reportagem e o documentário. *Betty la Fea* ocupa, na verdade, um lugar *sui generis* na história da telenovela latino-americana. Sem deixar de cumprir os protocolos mais enraizados do melodrama, *Betty* logra, todavia, relativizá-los, através da inserção ruidosa do humor e da paródia, além de borrar os limites desse formato televisivo e propor um híbrido, de que participam não apenas os protagonistas da ficção, mas também personagens reais: cantores, compositores, personalidades da vida cultural, rainhas da beleza e até o próprio Presidente da República da Colômbia, na época Andrés Pastrana.

Ao que parece, é a primeira vez que uma protagonista feminina assumidamente “feia”, deselegante, vestida como um espantalho, com voz de ventríloquo, óculos de debilóide, portadora de uma monstruosa prótese de correção da arcada dentária na boca e de má sorte no amor se converte no personagem principal de uma telenovela, a ponto de lhe dar o título. Uma situação dessas torna problemática a identificação e a projeção subjetiva do espectador, bases do sucesso da telenovela e de boa parte da ficção televisiva, mas, por outro lado, promove uma identificação de outra espécie, a identificação com o Mesmo, o consolo de ver alguém da mesma condição colocado numa situação de desafio e sucesso. Sim, é claro que no final, depois de sete meses de tratamento nas mãos da eficiente Doña Catalina (Celmira Luzardo), a patinha feia vai se revelar um cisne de raro encanto, mas durante mais de dois terços da novela, não apenas Betty (Ana María Orozco), mas também todas as demais secretárias da empresa Ecomoda, apelidadas de “*el cuartel de las feas*” pelo costureiro gay e aristocrata Hugo Lombardi (Julián Arango), vão dominar a cena e fazer sobrepor o riso ao drama dos proprietários da decadente empresa de roupas finas, desfile de modas e *haute couture*. Boa parte do sucesso de *Betty la Fea* possivelmente está relacionado com a identificação dos espectadores com o quartel das feias, um grupo de mulheres frágeis, marginalizadas e desclassificadas na hierarquia da empresa em que trabalham, mas que encontra na solidariedade grupal a força necessária para proteger-se das adversidades e para enfrentar os padrões e seus asseclas.

O conflito básico aqui, já se pode prever, não é mais entre o bem e o mal, ou a riqueza e a pobreza, mas principalmente entre a beleza e a feiúra. Mas o *feo* ganha aqui um estatuto diferente, quase ontológico, porque condensa todas as outras categorias: o feio é o *outro*, o que afronta a norma, o que não se pode tolerar. “¿Y esto, que hace aqui?” – interroga o figurinista Lombardi quando vê Betty pela primeira vez, como se a feiúra não pertencesse à classe dos humanos, mas dos objetos inanimados. Frequentemente, Lombardi se refere às feias do *cuartel* como *chaparras*⁴, *bagres*⁵, *adefesios*⁶, *monumentos al horror*, *cuartel de brujas*, *feocérrimas*⁷, *inútiles chimbilás*⁸, *moscorrofos*⁹, *bestias*, *masas amorfas*, *transformers*, *aquelarre*¹⁰ e assim por diante. Mas, na verdade, a feiúra em *Betty la Fea* é um conceito que tem menos a ver com atributos físicos do que com a estratificação dos papéis sociais numa sociedade de valores rigidamente cristalizados. No *cuartel de las feas*, por exemplo, a “feiúra” nem sempre está relacionada com os detalhes fisionômicos das secretárias, mas sim com suas condições de vida e de origem:

Mariana (Maria Eugenia Arboleda) é “feia” apenas porque é negra, portanto pertencente a um grupo racial e social particularmente discriminado na Colômbia e demais países latino-americanos. Ela é a secretária de Marcela Valencia (Natalia Ramírez), a noiva ciumenta do presidente de Ecomoda. Apesar de discriminada por sua cor, é uma jovem descomplicada e muito bem humorada. Acredita cegamente em tudo o que for esotérico e lhe possibilite conhecer o seu destino. Sua grande aspiração é ser modelo, uma das poucas profissões em que a cor negra pode ser mais uma vantagem do que um problema.

A “feiúra” de Sandra (Marcela Posada) também é resultado de suas origens étnicas e está relacionada com seu perfil alto e esguio, que lhe valeu o perverso apelido de “*la jirafa*”. Ela é a secretária mais alta de Ecomoda, nos dois sentidos do termo. Contraditoriamente, tem complexo de inferioridade por causa de sua estatura e, para evitar que pareça ainda maior, nunca sai com homens mais baixos do que ela.

⁴ *Chaparra* é uma árvore baixa e de muitas ramas, usada normalmente como metáfora para designar os baixinhos e gordinhos. Pode simplesmente designar um menino (*chaparrito*) ou uma pessoa baixa, mas, dependendo de como se enuncia, pode ser também um termo ofensivo.

⁵ *Bagre* é um tipo de peixe, mas, como em português, designa também uma pessoa muito feia.

⁶ *Adefesio* designa algo extravagante ou disparatado, mas também algo muito feio. Um edifício *adefesio* é um edifício de concepção arquitetônica horrorosa.

⁷ *Feocérrimo* é uma forma afetada de expressar o superlativo de *feo*.

⁸ Na gíria de Bogotá, *chimblá* diz respeito ao morcego. Na acepção de Lombardi, seria *feo como um morcego*.

⁹ *Moscorrofo* é usado na Colômbia e Hondouras para designar uma pessoa muito feia.

¹⁰ *Aquelarre* é um conciliábulo de bruxos.

Já Aura María (Stephanía Gómez) é “feia” apenas porque é mãe-solteira, embora tenha traços delicados e seios grandes e sensuais, que lhe valeram o apelido de *la pechugona* (“a peituda”). É uma mulher sem grandes projetos na vida, a não ser tentar conquistar (sem sucesso) o *motoboy* da empresa, Freddy Contreras (Julio Cesar Herrera). Depois de ter uma filha não assumida pelo namorado, teve de voltar a viver na casa dos pais.

Berta (Luces Velásquez), por sua vez, é “feia” porque tem uns quilos a mais que as modelos anoréxicas de Ecomoda, mas também porque tem um filho e é obrigada a carregá-lo sempre no colo, já que não tem com quem deixá-lo. É uma gordinha insegura, mas que parece viver feliz com a vida que tem e com o marido. Sua maior preocupação é a sua própria figura, que não lhe agrada, embora não faça o menor esforço para afastar-se das guloseimas.

A “feiúra” de Inesita (Dora Cadavid) tem a ver apenas com a idade: é a mais velha de todas. Ela é a chefe das costureiras de Ecomoda e a mão direita de Hugo Lombardi. É a que reúne mais experiências de vida e por isso consegue evitar que Betty e as outras mulheres do quartel se metam em problemas. Aparece como uma mulher bem resolvida e que conseguiu superar o trauma do abandono do marido.

Finalmente, Sofia (Paula Pena) é “feia” porque carrega a má fama de rejeitada: ela foi abandonada pelo marido Efraín, que a trocou por uma mulher mais jovem, Jenny, *la pupuchurra*¹¹. É ressentida e não perde chances de fazer comentários mordazes sobre os homens. Vive sempre preocupada com o dinheiro que nunca é suficiente para manter os filhos e renega o ex-marido, mas sente-se feliz por viver às próprias custas e não dever nada a ninguém.

As “feias” são, na verdade, pessoas fundamentais para a vida da empresa, cuidam de todas as atividades, mas nunca são convidadas aos coquetéis ou a qualquer coisa que não seja o trabalho específico, restrito aos horários e deveres laborais. São as que melhor conhecem a empresa, mas nunca participam de sua gestão, nem são chamadas a opinar sobre ela; reduzem-se apenas a um papel servil dentro da hierarquia da empresa. Em se tratando de mulheres, a exclusão é dupla, pois além de não serem valorizadas na vida profissional, são também, em grande parte das vezes, excluídas na vida afetiva, abandonadas e condenadas a manter e educar seus filhos. O único homem do grupo dos empregados é o mensageiro Freddy, que não se considera feio (pelo contrário, ataca todas as mulheres, inclusive as

¹¹ Termo intraduzível, de caráter onomatopáico, que se refere aos gemidos carinhosos que as pessoas fazem em situações de afeto.

modelos), cultiva gestos aristocráticos, como se pertencesse ao lado de lá, e tem ambições de ascensão.

Nesse contexto, pode-se entender bem o deslocamento que essa telenovela produz: Betty, a mulher mais feia e mais mal vestida da Colômbia, escudada pelo *cuartel de las feas*, vai se tornar o pivô dos acontecimentos, primeiro numa empresa de *fashion design*, o templo da moda, onde desfilam as modelos mais elegantes e mais bem pagas da Colômbia, e depois na organização do concurso para eleger a Miss Colômbia, na cidade caribenha e turística de Cartagena de Indias. Como observa José Luis Méndez (2001, p. 10), “Betty não sabia como maquilar seu rosto, nem como vestir elegantemente seu corpo, mas sabia como ‘maquilar’ um orçamento e como fazer para parecer bela a feia realidade econômica da empresa para a qual trabalhava.” Ela torna visível e sensível a relatividade dos valores, ao mesmo tempo em que inverte ou embaralha as categorias sobre as quais se assentam as instituições. Betty, na verdade, transforma o esquema da mulher bonita e burra do melodrama tradicional, substituindo-o pela imagem da mulher “feia” mas inteligente, capaz de tirar as melhores notas na universidade e fazer cursos de pós-graduação. Dentro dos valores que são dados à mulher latino-americana nas telenovelas, nunca se havia considerado a formação profissional avançada como uma qualidade feminina; isso sempre foi um privilégio dos homens. Ainda assim, Betty conserva o esquema tradicional da mulher abnegada, submissa e adequada para ser uma esposa fiel e boa mãe de seus filhos.

As questões da beleza e da feiúra têm um sentido muito especial num país como a Colômbia. Junto com a Venezuela, esse é possivelmente o país onde mais se gasta dinheiro com próteses de silicone nos seios. O concurso para eleger a Miss Colômbia literalmente pára o país. Seria o equivalente às finais de campeonato mundial de futebol, em países como Brasil, Argentina, Espanha, Itália ou Grã-Bretanha. As candidatas a miss ganham na mídia colombiana o mesmo *status* das estrelas de televisão ou jogadores de futebol. A feiúra, por sua vez, resulta, sobretudo para o lado mais fraco do embate social – a mulher –, numa categoria próxima da pobreza ou da rejeição. Pois bem, a exploração da imagem institucional da mulher e a sua negociação mercantil como objeto de desejo vão se constituir, em *Betty la Fea*, não apenas no próprio negócio de Ecomoda e dos concursos de beleza, mas também nos modelos sociais que a telenovela quer colocar no centro da discussão.

A subversão de Betty está em conseguir seduzir o presidente da empresa, mesmo sendo a mais feia de todas. E o segredo da sedução não está em nenhum encanto oculto, mas na sua

esperteza. Ela e o presidente Armando Mendoza (Jorge Enrique Abelló) vão se tornar cúmplices numa artimanha para burlar os credores e enganar os acionistas, mascarando o fracasso econômico de Ecomoda. Betty se torna corrupta por amor e Armando, num primeiro momento, por conveniência, ainda que, num segundo momento, ele também acabe se apaixonando pela beleza interior de Betty. A partir desse momento, ela se torna, então, ameaçadora, não por suas características de *femme fatale*, mas porque se mostra mais inteligente e a única que sabe como “maquilar” as finanças da semi-falida Ecomoda. Quando ela se torna a pessoa mais estratégica na empresa, os seus superiores hierárquicos percebem que é preciso controlá-la, atacando no seu lado mais vulnerável: o afetivo. Mas o humor é a sua arma de defesa: ela ri o tempo todo, tanto da sua própria feiúra quanto da incompetência de seus patrões.

Na verdade, o humor é o que torna Betty e *las feas* não apenas bonitas, mas também, num certo sentido, perversas, implacáveis com o lado de lá. Elas formam uma espécie de coro grego, que comenta e desdramatiza a decadência da alta burguesia “bonita” de Ecomoda e de Bogotá. Grande parte da sedução e do poder de Betty, enquanto personagem, está relacionada com o respaldo e a cumplicidade que lhe dá o quartel das feias. A solidariedade entre as mulheres do quartel as torna invencíveis frente ao grupo de elite da empresa. Pode-se mesmo dizer que as mulheres do quartel atuam sempre em bloco, nunca individualmente. De sua parte, Betty, com seus talentos profissionais, consegue penetrar no grupo diretivo da empresa, mas nunca abandona a sua gente. Pelo contrário, é principalmente através de Betty que o quartel das feias pode penetrar e conhecer os segredos do mundo dos chefes.

A vítima principal do *cuartel de las feas* é, sem dúvida, Patricia Fernández (Lorna Paz), *la peliteñida*¹², uma espécie de *barbie* de porcelana que condensa todos os estereótipos da loira fatal, com seus tiques e afetações, sua mania de sacudir a vasta cabeleira a título de charme e olhar com desdém às feias ao seu redor. Ela é também secretária, como Betty e *las feas*, mas uma secretária falsa, pois foi ali colocada por Marcela Valencia, a noiva do presidente Armando Mendoza, para vigiá-lo. Por isso, faz questão de marcar a sua diferença de classe, sua condição de proprietária de um luxuoso apartamento em um bairro chique de Bogotá, sua banheira Jacuzzi e seus “*seis semestres de estudios de Finanzas en la San Marino*”¹³.

¹² Literalmente, “cabelo tingido”. Usa-se para designar loiras falsas.

¹³ Nome irônico para designar universidade de péssima reputação. Note-se que a maioria dos cursos universitários na Colômbia tem oito semestres, o que significa que Patrícia, com seus seis semestres, nem sequer concluiu os estudos.

Com ela, estamos frente a um personagem saturado de arrivismo, inescrupuloso em seu afã de aparentar e escalar (a cada momento, faz questão de dizer que é dona de um Mercedes conversível, ainda que deva dinheiro para todo mundo); por sua vaidade e hiper-ridicularização, a loira Patricia Fernández é talvez o personagem mais pateticamente risível de todo esse elenco de enganadores (COLLAZOS, 2000, p. 27).

Impossível resistir ao impulso de traçar um paralelo entre essa estrutura ficcional e aquela da famosa peça de Shakespeare *Romeo and Juliet* (1594), não apenas porque aqui temos um conflito entre duas famílias abastadas – os Mendoza e os Valencia –, que rivalizam entre si pelo controle da Ecomoda, mas também porque a mediação entre esses mundos se dá através de uma empregada de outra classe social (Betty e a criada de Julieta) e o drama vai ser parodiado, ridicularizado, transformado em motivo de fofocas e piadas, seja pela criadagem da cozinha dos palácios, no caso da peça de Shakespeare, seja pelo *cuartel de las feas*, na telenovela de Fernando Gaitán. De fato, a peça de Shakespeare pode ser uma tragédia, quando encarada do ponto de vista dos personagens das famílias Montequio e Capuleto, ou uma hilariante comédia, quando vista sob o prisma da criadagem ou da cozinha dos palácios, onde a tragédia se transforma numa farsa carnavalesca de irresistível humor. O mesmo acontece em *Betty la Fea*, em que o drama familiar e financeiro dos Mendoza e dos Valencia se transforma numa implacável gozação por parte de *las feas*. O termo “carnavalesco” está sendo utilizado aqui no melhor sentido bakhtiniano de *inversão* do que é nobre ou sagrado, de paródia (do grego *par ode*, canto paralelo, outra maneira de contar a mesma história), de contaminação pelo riso e de *travestimento* (inversão de papéis sexuais, máscaras, fantasias para mudar ou ocultar a identidade) (BAKHTIN, 1970). Recordemo-nos de que, em *Betty*, o severo empresário Armando Mendoza acaba travestido de mulher num baile *gay* e a “feióra” de Betty se revela, ao final, uma fantasia feita de roupas, perucas e maquilagem, de que ela finalmente se livra, para substituí-la por outra, a da “bonitinha de novela”. “O problema da aparência de Betty não era que não se vestia como uma mulher bonita, mas que estava disfarçada de mulher feia” (MÉNDEZ, 2001 p. 30).

A vingança final de Betty, quando ela finalmente se despe de sua fantasia de “feia”, não está, entretanto, em tirar proveito de sua nova condição de bonita e de estrategista de Ecomoda. Pelo contrário, para salvar a empresa, ela estabelece uma nova estratégia produtiva, baseada numa concepção estética que reinterpreta o conceito francês de *prêt-à-porter*. Ela se propõe democratizar a beleza, romper com os conceitos de moda vinculados

apenas às classes abastadas e redirecionar a estratégia comercial de Ecomoda para a produção de roupa acessível economicamente a um leque maior de pessoas e capaz de vestir adequada e elegantemente qualquer tipo de corpo. Para isso, Betty tem de enfrentar o seu pior inimigo, o *designer* da empresa, o aristocrata *gay* Hugo Lombardi e forçá-lo a projetar roupas para uma produção em escala massiva. Como castigo àquele que a importunou a vida toda e que a tratou como objeto – “¿Y esto, que hace aqui?” – Betty obriga Lombardi a fazer a coisa mais humilhante de sua vida: vestir as secretárias e transformar o *cuartel de las feas* num *cuartel de las lindas* (MÉNDEZ, 2001, p. 99).

Na telenovela de Gaitán, os perfis dos personagens e as situações por eles vividas estão mais ligados ao trabalho e aos temas da atualidade, levando em consideração as hierarquias administrativas no interior das empresas e as diferenças de tratamento em função de classes sociais e cargos laborais. Essas hierarquias são às vezes respeitadas e às vezes subvertidas, nascendo daí um movimento que reflete um pouco o movimento mais geral da sociedade colombiana ou latino-americana. Lorenzo Vilches (2005) observou, a esse respeito, que uma das rupturas de *Betty* em relação às outras telenovelas latino-americanas é que a sua intriga se situa no contexto profissional e não mais no plano familiar ou para-familiar. As intrigas amorosas estão lá, mas a novela também trata de temas econômicos, problemas contábeis, problemas com as exportações, desvalorização da moeda, recessão, desemprego, tudo isso que normalmente só é abordado nos telejornais e *talk shows* de entrevistas com ministros. Em entrevista que lhe fez Vilches (2005), Fernando Gaitán afirmou:

Fiz com que cada personagem e cada psicologia, além de cumprir um papel de bom ou mau, papai ou mamãe, protagonista ou antagonista, tivessem também uma profissão. Isso lhes atribui alguns fatores à psicologia, à sua forma de falar e a seus objetivos particulares. Sobretudo, isso gera uma forte identificação com o público, obviamente com o público urbano. (...) No caso de Betty, era como enfiar todo o país em um escritório de poucos metros quadrados. Não havia uma linha única de personagens. Ali estão os pobres, os ricos, as separadas, as casadas, o ambicioso, o homem de sucesso ou o aspirante a sê-lo. É uma novela de escritório.

O mais curioso em *Betty la Fea* é a desigualdade de seu público e as leituras contraditórias que fez desencadear. Nos países de língua espanhola com tradição em telenovela, a sua primeira emissão foi um estouro de audiência: 50,7 pontos no *rating* da Colômbia, 41,5 pontos na Venezuela, 56,5 pontos no Panamá, 58,9 pontos no Equador (dados do *IBOPE Media Information* de março de 2001), só para ficar nos países onde o sucesso foi maior.

Betty havia sido concebida, a princípio, para um público exclusivamente colombiano, com referências sócio-culturais e protótipos de personagens colombianos. Mas o êxito da telenovela foi inesperado e rapidamente ela começou a ser transmitida para 23 outros países, a maior parte deles latino-americanos, mas também para a Rússia, Espanha, Romênia e Estados Unidos. Naturalmente, para os diferentes países foram realizadas diferentes edições, com número de capítulos variáveis.

Mas nos países que não costumam ver telenovelas, ou que pelos menos não costumam ver *culebrones*¹⁴, *Betty la Fea* encontrou também um público inesperado. A telenovela colombiana foi lida ao contrário, como um produto quase *underground*, que demolia os cânones mais rígidos desse formato televisivo e discutia a mercantilização da beleza promovida pelo capitalismo. No Brasil, por exemplo, em que quase nunca são exibidas telenovelas em língua espanhola, *Betty* encontrou o seu nicho em pequenos canais alternativos e no cabo, onde atraiu um público mais sofisticado e que nunca havia visto telenovelas antes. De fato, a imagem grotesca de Betty, as suas caretas histriônicas e as roupas bizarras com que ela desfilava todos os dias nos corredores de Ecomoda, sem se dar conta de seu deslocamento, davam-lhe a aparência de uma figura demente, arrancada de alguma tela surrealista de Salvador Dalí. Em alguns momentos mais privilegiados, o embate entre *las feas* e a estrutura administrativa da Ecomoda parecia mesmo apontar para alguma coisa mais grave, que se não chegava a aflorar como sintoma de problemas maiores, também não conseguia ser reprimida. A violência da guerra civil colombiana, embora pareça acontecer *fora* do universo bem protegido de Ecomoda e dos hotéis chiques de Cartagena, em alguns pequenos momentos se insinua: por exemplo, logo no começo da telenovela, quando Betty toma um ônibus lotado, ao lado do qual passa um batalhão do exército fortemente armado.

Existem boas razões para esse sucesso inesperado de *Betty la Fea*, mesmo entre os que não suportam telenovelas. O trabalho de Gaitán, sem deixar de ser popular, é bastante sofisticado e, na maior parte das vezes, ultrapassa longinquamente os clichês do formato novelesco. De um lado, *Betty* foi concebida como um trabalho simples e barato, utilizando métodos de produção das comédias de situações. “O estúdio foi desenhado para gravar seis ou sete cenas simultâneas, como se grava na *sitcom*: jogo de portas, produção muito plana, câmeras sem zoom, sem *travelling*, com o objetivo de conseguir o ritmo da *sitcom*. Creio que

¹⁴ Jargão para designar as telenovelas latino-americanas de língua espanhola.

sua grande virtude esteja no fato de ser uma telenovela que se grava como se fosse uma comédia” (VILCHES, 2005). As cenas simultâneas acontecem quase sempre nos mesmos escritórios e na casa de Betty. Há poucos exteriores: praticamente só a casa de Betty e a fachada de Ecomoda, salvo um ou outro capítulo que se passa fora. A narrativa é composta quase que inteiramente de diálogos, construídos à base de campos e contracampos. A cenografia é despojada: apenas paredes de escritórios com cores contrastadas e adornadas com helicônias, flores bastante comuns nas regiões tropicais da América Latina. Por outro lado, porém, há em *Betty* um sofisticado manejo dos recursos de linguagem da televisão, que passamos a apreciar em seguida.

Chama a atenção, em primeiro lugar, a utilização bastante eloquente da *câmera subjetiva*¹⁵. Há três câmeras subjetivas muito importantes durante a telenovela: a primeira acontece quando Betty chega pela primeira vez a Ecomoda para pedir emprego, a segunda quando Betty tenta tornar-se uma mulher bonita e a terceira quando chega a Ecomoda, já transformada, para ser a gerente da empresa. No primeiro caso, há um aproveitamento bastante enfático desse recurso, no começo da série, para esconder a cara do personagem principal. Betty só é visualizada na tela depois de uma longa sequência em câmera subjetiva, por ocasião de sua entrevista como candidata ao cargo de secretária do presidente de Ecomoda. Nessa ocasião, o chefe de pessoal, Dr. Raúl Gutiérrez (Alberto León Jaramillo), pergunta-lhe: “¿Por que no le adjuntó foto a su hoja de vida?” (Por que não incluiu foto em seu currículo?). O contracampo, mostrando pela primeira vez a cara “feia” de Betty, já diz tudo. Esse recurso reaparece ao final do primeiro capítulo, quando Betty vai finalmente se apresentar ao presidente de Ecomoda. No final da novela, quando Betty *la fea* finalmente se transforma em Betty *la guapa*, ou seja, na sedutora Dra. Beatriz Aurora Pinzón Solano, é novamente através de uma câmera subjetiva que a transformação se apresenta ao espectador e ao pessoal de Ecomoda.

A insistente sonegação da face da heroína tem a função de chamar a atenção (do espectador e dos outros personagens da novela) para a “anormalidade” de Betty, como em certas narrativas literárias em primeira pessoa, em que o “eu” narrador, mais que um mero *shifter* gramatical, é utilizado como um recurso para ocultar a identidade do personagem que

¹⁵ Chama-se *câmera subjetiva* um certo tipo de enquadramento em que a câmera personifica o olhar de um personagem. Nesse tipo de plano, produz-se, portanto, uma coincidência entre o olhar do espectador e o olhar de um personagem.

fala. A ausência do personagem central em campo cria um enigma, que é justamente o da face da heroína. Afinal, qual o segredo desse corpo que se esconde atrás da câmera e que tanto incomoda os que o vêem? Em *Betty la Fea*, o ocultamento da face da protagonista principal através da câmera subjetiva cria uma inquietação que vai ser o próprio motor da narrativa: o que há com esse personagem que não se revela e que parece tão estranho aos outros? O recurso, reiterado com a devida ênfase, dá ao rosto de Betty o estatuto da monstruosidade, como se ele fosse algo tão insólito que a sua simples sonegação já gera inquietação e espanto.

Outra coisa que chama a atenção em *Betty la Fea* é a forma bastante sofisticada de “amarração” das seqüências paralelas, fruto de um elaborado trabalho de edição de Maria Vásquez. Isso se mostra de forma bastante enfática já no primeiro capítulo. Em um plano que termina uma seqüência, Don Roberto Mendoza (Kepa Amuchastegui), o antigo dono de Ecomoda, pergunta ao chefe de pessoal encarregado de contratar a nova secretária: “*Por que una mujer con semejante preparación está aspirando solo al cargo de secretaria?*” Quem responde é Betty, no plano seguinte, iniciando uma nova seqüência que se passa em sua casa, quando ela diz ao amigo Nicolás Mora (Mario Duarte): “*Porque me cansé, Nicolás, me cansé de buscar trabajo como ejecutiva...*” Ou seja: a resposta a uma pergunta formulada numa seqüência, num lugar, num tempo e num círculo de personagens é dada num outro contexto, numa outra seqüência, por outros personagens. Ainda na discussão sobre a contratação da secretária nova, o Dr. Armando Mendoza pergunta ao chefe de pessoal porque Betty não colocou uma foto em seu currículo. A resposta vem no plano seguinte, quando, iniciando uma nova seqüência, a própria Betty responde (a Nicolás, não ao Dr. Mendoza): “*Porque mi hoja de vida es muy buena, lo que la daña es la foto* (Porque meu currículo é muito bom, o que o estraga é a foto).”

Ainda no primeiro capítulo, há um bloco bastante interessante que mostra uma série de “amarrações” entre duas seqüências diferentes. De um lado, Betty e Nicolás estão lendo uma dessas “páginas sociais” de uma revista de notícias da alta sociedade, onde se fala da festa anual de lançamento de uma nova coleção da Ecomoda e da troca de presidentes da companhia. De outro lado, temos a própria festa. Essa festa, na verdade, já aconteceu quando Betty e Nicolás conversam sobre ela e é exatamente por isso que aparece na reportagem da revista. Trata-se portanto de uma “amarração” de duas seqüências paralelas mas não contemporâneas. Cada vez que voltamos à festa é como se fosse através de um *flash back*. As

passagens do quarto de Betty à festa são feitas através das fotos que aparecem na revista e que estão sendo tiradas por um fotógrafo durante a festa. Cada vez que Betty aponta para uma foto na revista, a imagem como que se “anima” e nos remete à festa. E cada vez que o fotógrafo tira uma foto, a cena da festa como que “congela” e nos remete de volta ao quarto de Betty. Dessa maneira, “costurando” as seqüências do quarto de Betty e da festa, esse bloco já revela toda a trama em que se baseia a novela. O espectador já fica sabendo, de cara e de forma muito econômica, quem é quem no intrincado labirinto da novela: primeiro aparece o casal dos antigos proprietários da empresa, Don Roberto Mendoza e Doña Margarita (Talú Quintero); depois, os novos proprietários da Ecomoda, Armando Mendoza e Marcela Valencia, que estão noivos; em seguida, novamente Marcela, com sua amiga Patricia Fernández, no banheiro feminino; finalmente, a discussão entre Armando e Marcela e o anúncio do casamento.

Em se tratando de uma telenovela que discute a questão da aparência física, era natural que o *espelho* se convertesse num recurso cenográfico de forte carga simbólica e narcisista, permitindo, num certo sentido, que os personagens “dialogassem” com ele, como se esperassem dele uma avaliação de seus graus de beleza ou feiúra. É como se o espelho se convertesse num “personagem”, à maneira daquele de *Sneewittchen* (Branca de Neve), dos irmãos Grimm, a quem a bruxa sempre pergunta se há alguma mulher no mundo mais bonita que ela. Já na vinheta de abertura, os criadores exploram o contraste entre a beleza dos modelos e a feiúra de Betty, quando, numa tomada vista através do reflexo do espelho, os modelos não deixam espaço para Betty ver-se e pentear-se. Numa outra ocasião, Marcela e Patricia estão se maquiando no banheiro, novamente vistas através do reflexo do espelho, até que passa por detrás delas uma modelo muito charmosa, arrancando delas grunhidos de ciúmes. O interessante nessas cenas é que não há nenhuma indicação física de que as imagens estão sendo vistas através do espelho (e pode até ser que, em termos de filmagem, não estejam mesmo), mas intuímos que sim porque os personagens se dirigem diretamente à “câmera” e fazem gestos de pentear-se ou maquiar-se diante dela. É como se câmera se convertesse em espelho.

Outro recurso inovador e controverso de *Betty la Fea* é a maneira como borra as fronteiras entre realidade e ficção ou entre os gêneros e formatos televisivos, colocando em cena personalidades reais para conviver com os personagens da telenovela. Em alguns capítulos, “convidados especiais” entram em cena para contracenar com os atores, como se os limites

entre a telenovela e os *talk shows* ou programas de auditório não estivessem bem traçados. Esses “convidados” podem estar desempenhando o seu próprio papel (assumindo-se, portanto, como figuras reais), representar um papel fictício previsto no roteiro, ou fazer uma espécie de mescla das duas categorias. Num dos capítulos, por exemplo, Cecilia Bolocco aparece para confortar Betty, depois que esta abre o pacote deixado por Sofia em sua mesa e descobre a trama armada por Mario e Armando para ficar com a empresa. Chilena de nascimento, Bolocco foi, na vida real, Miss Universo em 1987 e depois se converteu em apresentadora de televisão em várias redes e programas, chegando mesmo a trabalhar na edição latino-americana da CNN. Na telenovela, ela consola Betty dizendo que também foi “patinha feia” e sofreu muito na vida, mesmo depois de eleita Miss Universo. Nada do que diz é necessariamente verdade, pois, muito ao contrário, sua vida privada foi bastante aventureira, a ponto de ter-se casado com o ex-presidente da Argentina, Carlos Menen. Mas na telenovela ela está lendo um *script*, ela faz um personagem de ficção, embora conservando o nome real de Cecilia Bolocco e sua condição também real de ex-Miss Universo. Vale observar que, à medida que se ampliavam as exportações da telenovela a outros países, sobretudo os latino-americanos, personalidades desses países também eram incluídas, com vistas a criar uma identificação dos espectadores com seus próprios ícones midiáticos.

Quase ao final da série, quando Betty é conduzida por Doña Catalina ao certame de Miss Colômbia, em Cartagena de Indias, a competição que se acompanha na tela é real e as autoridades presentes no evento também o são, inclusive o próprio Presidente da República, embora Betty seja ali apenas um personagem de telenovela. Aqui vemos a telenovela se aproximar perigosamente do telejornal. Mas a recíproca também é verdadeira, ou seja, o jornal, confundido pela indefinição categorial de *Betty la Fea*, pode também tomar a fantasia por fato e dar-lhe um tratamento de notícia. O fato mais significativo dessa interpenetração de realidade e ficção foi o incrível artigo publicado pelo Procurador Geral da República de Colômbia, Alfonso Gómez Méndez, no jornal diário de Bogotá *El Tiempo*, em que as ações corruptas de Betty para salvar Don Armando da falência foram por ele denunciadas como um mergulho do personagem “no despenhadeiro da delinquência”. Betty – segundo o Procurador – “não é um modelo de mulher honesta, mas cometeu tantos delitos que deveria estar na prisão”. Invocando a autoridade de que foi investido pela sociedade, o Procurador tenta interferir no andamento da novela, pedindo o julgamento de Betty, para servir de exemplo à nação. Em Porto Rico, país onde o sucesso de *Betty la Fea* também foi também avassalador,

o diário de San Juan *Primeira Hora* publicou em sua primeira página uma manchete anunciando: “*Procurador condena Betty la fea*”. No corpo da notícia, o jornal asseverava ainda que o *culebrón* colombiano “quase que promove a falsidade delituosa, a fraude processual, a burla, o abuso de confiança, o contrabando, a falsidade documental” (*apud* MÉNDEZ, 2001, p. 22). Ao contribuir para a expansão do campo da telenovela e embaralhar as fronteiras entre os gêneros e formatos televisivos, Gaitán promove uma curiosa experiência de encantamento da vida pública pela ficção e de contaminação do imaginário midiático pela realidade.

Referências

- BAKHTIN, Mikhail. **L'Oeuvre de François Rabelais et la culture populaire au Moyen Age et sous la Renaissance**. Paris: Gallimard, 1970.
- COLLAZOS, Ivan Ulchur. “Betty la Fea: La Suerte de la Inteligencia”. **Chasqui**, Quito, n° 71, 2000.
- MÉNDEZ, José Luis. **El Irresistible Encanto de Betty la Fea**. Puerto Rico: Milênio, 2001.
- VILCHES, Lorenzo. “Betty la Fea, entre Telenovela y Sitcom: Entrevista con Fernando Gaitán.” **Guionactualidad**, Barcelona, http://antalya.uab.es/guionactualidad/article.php3?id_article=981, 2005.