



**UNIVERSIDADE FEDERAL DA BAHIA
FACULDADE DE COMUNICAÇÃO**

LARISSA PAIM RIBEIRO

**A VEZ DA FEIÚRA:
ANÁLISE DA CONSTRUÇÃO DO FEIO NO SERIADO *UGLY BETTY***

**SALVADOR
2008**

LARISSA PAIM RIBEIRO

**A VEZ DA FEIÚRA:
ANÁLISE DA CONSTRUÇÃO DO FEIO NO SERIADO *UGLY BETTY***

Monografia de conclusão de curso apresentada ao colegiado de Comunicação da Faculdade de Comunicação da Universidade Federal da Bahia, como requisito parcial para obtenção de título de Bacharel em Comunicação Social – Jornalismo.

Orientadora: Prof^ª. Maria Lucineide Andrade Fontes

SALVADOR
2008

AGRADECIMENTOS

Esse trabalho é resultado dos cinco anos de estudo na Facom. Agradeço às professoras Malu Fontes, pela orientação, e Carmem Jacob, pelo incentivo. Obrigada aos colegas e amigos que compartilharam esses momentos, especialmente a dupla Laís e Maria, pelos puxões de orelha e apoio. E um muitíssimo obrigada à minha família, que esteve sempre presente nas horas de aperto e alegria – mãe, Thaís, Vivian e pai, valeu.

Ugly is the new Beautiful

Slogan do seriado *Ugly Betty* na Rede ABC (Estados Unidos)

RESUMO

Esse trabalho de conclusão de curso se propõe a fazer a análise da construção da mulher feia no seriado norte-americano *Ugly Betty*, uma das versões da telenovela colombiana *Yo soy, Betty la fea*. Para tanto, foi feita uma revisão de como o feio se constrói historicamente e, especialmente, da sua relação com os produtos da comunicação de massa. A relação do feio com o corpo, as noções de grotesco e kitsch, os estereótipos foram fundamentais para pensar quais os parâmetros para determinar o que é feio ou não e, por isso, fizeram parte de uma discussão necessária no âmbito do que o trabalho se propôs a examinar. Para contextualização da análise, faz-se necessário um breve resumo de como as mulheres são representadas nos seriados e como essa representação dialoga com temas atuais, sob o império da ditadura da beleza e do corpo perfeito. Observou-se que a feiúra, para além da cuidadosa caracterização, diz respeito à condição social dos personagens, tornando Betty, uma jovem norte-americana descendente de mexicanos, um ser exótico em seu ambiente de trabalho. No entanto, o seriado o faz usando artifícios que provocam o riso com as situações vividas pela heroína.

Palavras-chave: feio, estereótipo, televisão, seriado, *Ugly Betty*

SUMÁRIO

1. Apresentação _____	08
2. Introdução _____	10
3. Os seriados, as mulheres e <i>Ugly Betty</i> _____	15
3.1. As mulheres no mundo das séries _____	16
3.2. Apresentando: <i>Ugly Betty</i> _____	20
4. O feio está nos olhos de quem vê _____	24
4.1. O corpo feminino _____	30
4.2. A representação do outro _____	34
5. O “processo bettify” e as mulheres no universo de <i>Ugly Betty</i> _____	38
5.1. O Piloto e a possibilidade de transformação _____	43
6. Conclusão _____	53
7. Referências _____	56
8. Anexo _____	59
8.1. Imagens de outros episódios _____	59
9. Apêndice A – Ligações entre os personagens _____	61

1. Apresentação

Os enredos dos seriados¹ entram na vida das pessoas quase sem pedir licença. Dizer que as histórias e seus personagens fascinam tanto a ponto de ser quase religioso sentar em frente à televisão em horários pré-estabelecidos (um pouco antes, talvez, para não correr sequer o risco de perder o *previously* com os principais fatos do episódio anterior) para acompanhar esse “universo” parece ser pouco. Este gênero de ficção televisiva², principalmente os produtos originários dos Estados Unidos que chegam, em sua maioria, através dos canais a cabo³, vem conquistando grande popularidade no Brasil desde o início da história da televisão brasileira, estabelecendo o “compromisso” de retornar semanalmente e de aguardar, ansiosamente, no período entre temporadas.

A grande oferta de informação sobre esses programas revela o interesse de se saber mais sobre o que está por trás do que é transmitido. De curiosidade de bastidores a sites especializados dedicados ao assunto, sem deixar de lado as listas de fãs que reúnem, na internet, pessoas de diferentes localidades, querendo compartilhar informação sobre seu programa favorito, há inúmeras fontes a que se pode recorrer. Mais impressionante é notar como a discussão se amplia no momento em que se percebe que pessoas de diferentes nacionalidades buscam as mesmas informações – e a internet tem papel fundamental nessa repercussão. É intrigante saber que existem sites dedicados a desvendar os mistérios da ilha do seriado *Lost* por exemplo. Ou como programas como *I love Lucy* e *Jeannie é um gênio* arrebatam novos fãs anos depois de serem cancelados, impulsionados pela venda de DVDs e pela sua reprise.

O começo dos estudos no curso de Jornalismo em 2004, na Faculdade de Comunicação da Universidade Federal da Bahia, possibilitou que o interesse por seriados fosse levado a outro nível. Logo no primeiro semestre, a disciplina Teorias da Comunicação introduziu novas idéias, principalmente relacionadas aos Estudos Culturais. O debate sobre estes produtos –

¹ Este trabalho leva em consideração a definição de seriado de Renata Pallottini no livro *Dramaturgia de Televisão*.

² Renata Pallottini define programa televisivo de ficção como “... a história, mais ou menos longa, mais ou menos fracionada, inventada por um ou mais autores, representada por atores, que se transmite com linguagem e recursos de TV, para contar uma fábula, um enredo, como em outros tempos se fazia só com o teatro e depois se passou a fazer também em cinema”. (PALLOTTINI, 1998, p. 23 e 24).

³ Os canais abertos também oferecem este tipo de programa e é possível, ainda, ter acesso a eles na Internet. Contudo, é importante considerar que alguns canais a cabo transmitem, exclusivamente, seriado televisivo.

culturais, televisivos, ficcionais, enfim – em sala de aula estimulou o surgimento de um olhar mais crítico, juntando-se à parte telespectadora.

No início das novas temporadas dos seriados norte-americanos em 2006, um dos lançamentos logo chamou atenção da agora “telespectadora com embasamento teórico”: *Ugly Betty*. A série, que é uma das adaptações da novela colombiana *Yo soy Betty, la fea* (conhecida no Brasil como *Betty, a feia*), faz sucesso no *prime time* dos Estados Unidos. A história da Betty norte-americana conquistou fãs e críticos – tendo ganho prêmios importantes nos Estados Unidos – e deu continuidade a uma bem sucedida fórmula: a da garota muito inteligente que quer realizar seus sonhos, mas que foge aos padrões de beleza.

Mas como o seriado constrói o feio? A feiúra é apresentada com o objetivo de chocar, ou promover a transformação do personagem principal? *Ugly Betty* propõe militância ideológica? O que a feiúra de Betty Suarez traz de novo? Há crítica por trás do riso causado pelas situações grotescas apresentadas?

A análise de *Ugly Betty* a que este trabalho de conclusão de curso se propõe, busca responder perguntas como estas a partir do intuito de compreender como o seriado constrói na representação da mulher feia. Esta compreensão parece ser interessante, particularmente, levando-se em consideração a importância dos padrões de beleza atuais e como os meios de comunicação de massa reforçam o seu poder ao fazer uso do estereótipo da beleza em sua narrativa, fazendo com que as pessoas, principalmente as mulheres, se sintam mal por não ter determinado tipo de aparência.

2. Introdução

Em 1999, um dos maiores canais de televisão da Colômbia, *RCN Televisión*, deu início a uma bem sucedida produção: *Yo soy Betty, la fea*⁴. Por cerca de um ano e meio, a história de Betty e suas amigas do “*cuartel de las feas*” fez com que os telespectadores colombianos acompanhassem as vitórias e os dissabores da garota que, embora fugisse aos padrões estéticos convencionais (e, ainda por cima, trabalhando em uma empresa ligada ao mundo da moda), conseguiu conquistar não só o amor do patrão, como também o respeito de seus colegas. O sucesso em seu país de origem se repetiu nos demais países para onde a telenovela foi exportada – desde os vizinhos latino-americanos, aos países do Oriente, como o Japão –, transformando Betty em um fenômeno mundial.

Além de ser apresentada nesses países, *Yo soy Betty, la fea* originou uma continuação na Colômbia⁵ e diversas versões. Alice (Portugal, 2002), Jassi (Índia, 2003), Katya (Rússia, 2005), Lisa (Alemanha, 2005), Bea (Espanha, 2006), Betty (Estados Unidos, 2006), Lotte (Holanda, 2006), Sara (Bélgica, 2006), Nina (Croácia e Sérvia, 2007), Maria (Grécia, 2007) e Beatriz (Filipinas, 2008) foram os nomes que a personagem recebeu por onde passou⁶. No México, chegou a ganhar duas versões: *El amor no es como lo pintan* (TV Azteca, 2000) e *La fea más bella*⁷ (Televisa, 2006). Esta última chegou a ter audiência maior que a exibição do Oscar quando seu último capítulo - que teve três horas de duração - foi ao ar⁸.

Machado e Vélez apontam que Betty Pinzón Solano, interpretada pela atriz colombiana Ana María Orozco na novela *Yo soy Betty, la fea*, é, possivelmente,

a primeira 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 que se converte no personagem principal de uma telenovela, a ponto de lhe dar o título (2007, p. 2).

⁴ Conhecida no Brasil como *Betty, a feia*, a telenovela colombiana foi exibida em 2001 pela RedeTV!.

⁵ Exibido em 2001-2002, o seriado *Eco Moda* teve 26 episódios.

⁶ Há, ainda, as versões de Israel (2003) e Turquia (2005).

⁷ Foi exibida no Brasil pela primeira vez em 2006 pelo SBT, com o título *A feia mais bela*.

⁸ Em 27/02/2007, a Folha Online registrou o comentário do programa de rádio *Reporte Última Palavra*: "em um momento da noite, 67 de cada 100 televisores estavam ligados no final de 'A Feia'". Ver: <http://www1.folha.uol.com.br/fofha/ilustrada/ult90u68845.shtml>.

Se a feiúra da personagem principal torna problemática a identificação e a projeção subjetiva do espectador (fundamentais para o sucesso da ficção televisiva), “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” (MACHADO & VÉLEZ, 2007, p.2).

Nos Estados Unidos, a versão mexicana atraiu a atenção dos espectadores do canal de língua espanhola Univision, que transmite as telenovelas e os programas do canal mexicano Televisa. A primeira temporada da versão americana, *Ugly Betty*, estreou em setembro de 2006 no *prime time* da rede ABC, com a atriz Salma Hayek⁹ como produtora executiva. Sucesso de crítica e de público, a história de Betty, o “patinho feio” que trabalha em uma revista de moda e não se enquadra no padrão de beleza (ela se sente deslocada, porém determinada a ter seus méritos reconhecidos), parece servir de exemplo para outras jovens.

Em janeiro de 2007, a congressista norte-americana Hilda Solis congratulou a atriz America Ferrera por ganhar o Golden Globe de melhor atriz. A congressista enfatizou que “as pessoas que vemos e ouvimos na televisão e nos filmes têm grande influência nas atitudes de todos os norte-americanos”¹⁰ e, diante do congresso, parabenizou Ferrera e a equipe do seriado *Ugly Betty* por “ajudar a derrubar os estereótipos e prover um modelo para as garotas latinas”, através do personagem Betty Suarez, abrindo espaço para o debate sobre a ditadura da beleza na sociedade atual. Assim como na telenovela da qual foi adaptada, a feiúra de Betty Suarez (America Ferrera) no seriado *Ugly Betty* parece ser “um conceito que tem menos a ver com atributos físicos do que com a estratificação dos papéis sociais numa sociedade de valores rigidamente cristalizados” (MACHADO & VÉLEZ, 2007, p. 3)¹¹.

A representação do feio em produtos audiovisuais não é novidade. Na tradição da comunicação de massa, o feio é, muitas vezes, representado por uma deformidade fisiológica que causa repugnância e rejeição de monstruosidades como Frankenstein, o corcunda de Notre Dame Quasímodo e Edward Mãos de Tesoura. Em outros casos, a feiúra está a serviço

⁹ Salma ficou famosa em seu país, México, fazendo telenovelas. Além de produzir a seriado, ela aparece nos primeiros episódios como um dos personagens da novela que os Suarez assistem e participa de alguns episódios da primeira temporada como Sofia Reyes.

¹⁰ Seu discurso pode ser lido em http://solis.house.gov/list/press/ca32_solis/wida6/AmericaFerrera.shtml.

¹¹ A questão da latinidade não é central para a análise proposta por este trabalho, embora seja importante. Ela vai aparecer na medida em que a origem latina de Betty dialogar com o estereótipo do feio.

do espetáculo visando à transformação e, se acompanharmos toda a história, assistiremos às mudanças por que passam personagens como Tatiana (Cristiana Oliveira) da novela *Quatro por Quatro* (1994-1995), Grace Hart (Sandra Bullock) do filme *Miss Simpatia* (2001) e Andy Sachs (Anne Hathaway) do filme *O Diabo Veste Prada* (2006)¹².

Pensar sobre esses produtos, mais especificamente os televisivos, é, de maneira geral, analisar de perto fatos e acontecimentos presentes na vida de todos os que têm acesso a este aparelho eletrônico que transmite imagens geradas, muitas vezes, em pontos distantes do globo. Como indicam Sodré e Paiva,

Para se compreender o fenômeno, é preciso levar em conta que apenas o aparelho receptor de tevê é um eletrodoméstico [...]. A televisão, como um sistema, é uma ambiência abrangente, que implica todo um estilo de vida, a reboque do mercado e da estetização orquestrada pela tecnologia comunicacional (2002, p. 130).

Portanto, ir além do que mostra o aparelho eletrônico é fundamental para compreender melhor de que maneira o mundo, cada vez mais globalizado, interage e se mostra nos meios de comunicação de massa – e é notório o fato de que esse interesse não se restringe a quem se insere no campo da Comunicação.

No capítulo de conclusão de seu livro, *Dramaturgia de Televisão*, Renata Pallottini reforça o caráter proveitoso e oportuno de se pensar, especificamente, a ficção televisiva e seus vários aspectos. Diz a autora:

A verdade é que a telenovela – e o unitário, minissérie, seriado e outras formas havidas e por haver – existem, persistem, já são exportadas, importadas, reprisadas, analisadas, dubladas, legendadas; são motivo de material jornalístico, de debates parlamentares, de discussões domésticas (PALLOTTINI, 1998, p. 198).

¹² É válido observar como, neste segundo caso, visando a transformação, a feiúra aparece como negação dos padrões de beleza. O cabelo, os óculos, o aparelho ortodôntico, o guarda-roupa de gosto duvidoso e o desleixo com o corpo: tudo leva a crer que a caracterização dos personagens faz oposição à feminilidade dominante.

No seriado *Ugly Betty*, o que está em discussão é o aspecto *freak*¹³ conferido a Betty – uma vez que sua caracterização se opõe ao que é tido como “normal” –, cujos exageros cativam o interesse das pessoas. Na verdade, ela deixa de cumprir certas premissas no que diz respeito ao aspecto físico fortemente vinculado à moda sem, no entanto, causar terror, mas, sim, o riso através do desvio abrupto das expectativas. A introdução do livro que traz a coleção de fotos de aberrações humanas que divertiam o respeitável público nos circos do final do século XIX e início do século XX, de Akimitsu Naruyama, aponta um novo olhar para a idéia de “aberração humana”, pois, no Ocidente de hoje, “muitas pessoas sentem-se quase deformadas, quando se comparam com as imagens de aspecto perfeito dos anúncios publicitários” (NARUYAMA, 2000, p. 7). Com a preocupação constante da perfeição, realça-se as “deficiências” de quem não satisfaz uma enorme quantidade de requisitos sociais, em especial no que diz respeito ao aspecto físico.

A seriado se passa em um ambiente fictício – a revista não existe de fato –, mas dialoga com a realidade, trazendo para si aspectos e personagens presentes na cultura. Não só há a “presença” de Nova York¹⁴ (especialmente o choque entre Manhattan, onde está o escritório da *Mode*, e Queens, onde vivem os Suarez), como personagens reais da cultura massiva são citados e alguns chegam a fazer participação especial. É o caso, por exemplo, da *ex-Spice Girl* Victoria Beckham, que aparece como ela própria na segunda temporada (no sétimo episódio, *A nice day for a posh wedding*), protagonizando ela mesma as piadas sobre sua magreza excessiva.

O curto prazo para o desenvolvimento do trabalho de conclusão de curso, bem como dificuldades estruturais, determinou a escolha da análise do seriado ao invés da novela que o originou ou uma outra versão. Dividido em episódios semanais ao longo de duas temporadas (totalizando 41 episódios, exibidos entre 2006 e 2008), o formato seriado tem ainda como vantagem o fácil acesso na internet. Este projeto pretende contribuir para que se continue refletindo sobre os programas televisivos de ficção que, independentemente de sua origem,

¹³ “Freaks (aberrações humanas) é uma palavra multifacetada, com um variado leque de significados, em especial no submundo norte-americano e numa cultura marcada pelo consumo de estupaficantes, onde se refere às pessoas que não se conformam com regras estabelecidas. Trata-se de um alargamento do seu significado original: pessoas extremamente extraordinárias ou estranhas, ‘deformadas’ ou ‘monstruosas’, e cuja aparência física difere das pessoas ‘normais’” (JACINTO, 2000, p. 25).

¹⁴ Na verdade, apenas o episódio piloto foi gravado em Nova York. O restante da primeira temporada, assim como a segunda, foi gravado em Los Angeles. Somente na terceira temporada (2008-2009) a produção retorna a Nova York.

invadem diversos lares com o auxílio da televisão (e agora na rede mundial de computadores) e suscitam discussões entre as pessoas.

O primeiro capítulo (*Os seriados, as mulheres e Ugly Betty*) fala sobre o gênero de ficção televisiva analisado, traz um breve histórico sobre a forma como as mulheres têm sido representadas em seu universo e apresenta o seriado *Ugly Betty* e seus personagens. O segundo (*O feio está nos olhos de quem vê*) introduz os conceitos de feio, grotesco, kitsch e estereótipo que ajudam a compreender os elementos que constroem a feiúra do personagem principal, bem como a idéia de representação do outro, e a visão histórica do corpo feminino. O último capítulo (*O “processo bettify” e as mulheres no universo de Ugly Betty*), aborda a caracterização dos personagens femininos do seriado, comparando-os, seguida pela análise do episódio piloto. Por fim, há a conclusão deste trabalho.

3. Os seriados, as mulheres e *Ugly Betty*

As tradições do teatro, do cinema e do rádio contribuíram para a formação das histórias televisionadas que, a cada dia, tornam-se mais atraentes pelo algo a mais que o meio acrescenta ao veicular um conteúdo intencionalmente simples que se torna interessante pela utilização de técnicas produtivas mais sofisticadas, assim como de atores cada vez mais mitificados e idolatrados (PALLOTTINI, 1998, p. 24). A telenovela tem grande aceitação popular, além dos adicionais de baixos custos que a sua extensão supõe, mas a ficção televisiva não se reduz a esse gênero.

O seriado faz uso da linguagem e dos recursos próprios da televisão para transmitir uma história criada por autores e interpretada por atores. É dividido em episódios que possuem um começo, meio e fim, sendo que a exibição de cada episódio não é aleatória, uma vez que “a unidade total do conjunto é dada por um propósito do autor, por uma proposta de produção” (PALLOTTINI, 1998, p. 32) e, portanto, não deve “colidir com o que ficou estabelecido como básico e fundamental no caráter dos personagens, na sua vontade, nos seus objetivos” (PALLOTTINI, 1998, p. 48). A unidade total é inerente ao conjunto, ao seriado como um todo, diferindo da seqüência obrigatória e indispensável da minissérie¹⁵, mas sem igualar-se a estrutura do unitário¹⁶.

Para Umberto Eco, a seriado diz respeito, íntima e exclusivamente, à estrutura narrativa. Diz o autor:

Temos uma situação fixa e um certo número de personagens principais da mesma forma fixos, em torno dos quais giram personagens secundários que mudam, exatamente para dar a impressão de que a história seguinte é diferente da história anterior (ECO, 1989, p. 123).

“Mudando sem alterar”, considera-se importante a presença de um gancho que faça com que o espectador retorne para o mesmo canal, à mesma hora, na próxima semana, para dar

¹⁵ “A minissérie é uma espécie de telenovela curta, totalmente escrita, via de regra, quando começam as gravações. É uma obra fechada, definida em sua história, peripécias e final, no momento em que se vai para a gravação. Não comporta, em geral, modificações – como a telenovela de modelo brasileiro – a serem feitas no decurso do processo e do trabalho” (PALLOTTINI, 1998, p. 28).

¹⁶ “Trata-se, como o nome indica, de uma ficção para TV, levada ao ar de uma só vez, com duração de aproximadamente uma hora, programa que se basta em si mesmo, que conta uma história com começo, meio e fim, que esgota sua proposição na unidade e nela se encerra” (PALLOTTINI, 1998, p. 25).

continuidade ao que acompanha – assim como na telenovela – ao longo de cada temporada que dura, em média, 22 episódios¹⁷.

Desde que começaram a ser produzidos no início das transmissões da TV, os seriados conquistaram telespectadores com suas histórias de ação, suspense, aventura e humor. O destaque fica por conta dos produtos americanos que, tradicionalmente, dominam o mercado – o que não quer dizer que outros países, como o Brasil, não tenham dado o seu “tempero próprio” a este gênero de ficção televisiva –, possivelmente devido à força da indústria cinematográfica desse país, que “emprestou” seus profissionais na ocasião do surgimento da televisão. Até mesmo seriados que foram apresentados ao público anos depois de sua estréia acabaram tornando-se clássicos e continuam sua trajetória até hoje, graças ao DVD e a reprises. Outras são lembradas por estarem presentes num determinado momento da história da TV, mesmo sem conseguir ter uma vida longa.

A imprensa brasileira batizou os seriados estrangeiros de “enlatados” numa tentativa de privilegiar a produção nacional, mas o rótulo pejorativo não foi capaz de banir de vez esses programas da televisão aberta e eles ainda garantem espaço na programação das redes, ainda que modesto. Assim como outros países, nos anos 1990, o Brasil acompanhou a consolidação da TV paga, que trouxe para um público mais exigente programas de maior qualidade e diversidade temática. Nesse começo de século XXI, os seriados são “febre”, surpreendem, agrupam aficionados em calorosos debates e recebem espaço na mídia como nunca antes, com ajuda, em especial, da internet, que facilitou o acesso através de downloads, permitindo o compartilhamento desse material (e o próprio encontro) entre os fãs.

3.1. As mulheres no mundo dos seriados¹⁸

As mulheres estão presentes na ficção televisiva desde o surgimento da televisão. Pereira identifica que, “no início da televisão, as mulheres tinham que ser engraçadas ou ter poderes mágicos para conquistar seu espaço no mundo dos homens. No decorrer das décadas, elas foram mostrando que eram mais do que donas-de-casa atrapalhadas” (2008, p. 270). Algo

¹⁷ Usa-se aqui como parâmetro os seriados norte-americanos atuais.

¹⁸ Este trabalho leva apenas em consideração as seriados produzidas nos Estados Unidos, atendo-se ao país de origem de seu objeto, o seriado *Ugly Betty*.

inegável, no entanto, é que muitos personagens femininos marcaram por sua beleza, tornando, inclusive, muitas atrizes símbolo sexual¹⁹.

Na década de 1950, *I Love Lucy* (*Eu Adoro Lucy*, 1951-1957) fez o público rir com as coisas simples do cotidiano e as trapalhadas da dona-de-casa Lucy Ricardo (Lucille Ball) e seu marido Ricky Ricardo (Desi Arnaz). A seriado eternizou o termo *sitcom* (situation comedy, ou comédia de situação), mas seguiu à risca os limites impostos pela sociedade da época: embora o casal Lucille e Desi fosse casado de verdade, os personagens dormiam separados, em camas de solteiro, e o anúncio de que Lucy estava grávida causou grande alvoroço – em seus diálogos, ela não podia dizer que estava grávida (*pregnant*), sendo obrigada a dizer que estava “esperando” (*to be expecting*).

Os anos 60 trouxeram, mais uma vez, mulheres que provocavam o riso com as engraçadas situações em que se metiam. Em *Bewitched* (*A Feiticeira*, 1964-1972), Samantha (Elizabeth Montgomery) esconde de Darrin Stephens (Dick York) que é uma poderosa feiticeira até a noite de núpcias. O publicitário vê a sua vida virar de cabeça para baixo com essa revelação e ainda é atormentado pela sogra Endora, uma bruxa que é contra o casamento da filha com o mortal. As confusões eram ainda maiores quando a família de Samantha visitava o casal e também após o nascimento de Tabitha, que herdou os poderes da mãe – sempre sobre a vigilância da vizinha, Kravitz, que tentava a todo custo desmascarar a atrapalhada dona de casa que na verdade era uma feiticeira. Este seriado quebrou barreiras sociais na TV, como mostrar um casal que dormia junto na mesma cama (algo inédito para um programa de televisão), ou o fato de Samantha ser filha de pais separados.

Já em *I Dream of Jeannie* (*Jeannie é um Gênio*, 1965-1970), o astronauta Tony Nelson (Larry Hagman) leva para casa Jeannie (Barbara Eden), uma bela gênio saída dos contos das *Mil e Uma Noites*, depois de descobri-la em uma ilha deserta. Apaixonada por seu Amo, Jeannie viu suas investidas se frustrarem até ser surpreendida por um pedido de casamento, tendo o médico e psiquiatra da NASA, coronel Bellows, os observando de perto para provar as loucuras de Nelson. Os censores e executivos da emissora pediram que o umbigo de Barbara fosse coberto ao perceberem que essa parte do corpo aparecia a depender do movimento feito pela atriz.

¹⁹ A contextualização apresentada neste trabalho tem como referência o *Almanaque dos seriados*, de Pereira (2008), e os sites www.imdb.com e www.retrotv.com.br.

Marcada por fortes mudanças político-sociais, a década de 1970 deu destaque ao poder feminino, trazendo para a televisão personagens que representavam o momento de transformação em busca da igualdade dos gêneros. *Mary Tyler Moore* (*Mary Tyler Moore Show*, 1970-1977) levou a liberação feminina para os lares já no início da década. Sua personagem principal, Mary Richards (Mary Tyler Moore), rompe o noivado e se muda para outra cidade, onde passa a trabalhar em um programa de TV e dribla o machismo e as dificuldades do cotidiano com seu ótimo humor e a ajuda de suas vizinhas.

As *Charlie's Angels* (*As Panteras*, 1976-1981) Jill (Farrah Fawcett), Sabrina (Kate Jackson) e Kelly (Jacklyn Smith)²⁰ provaram que as mulheres também podiam combater o crime e se dar bem em um ambiente essencialmente masculino, unindo, ao mesmo tempo, beleza, sensualidade, esperteza e inteligência – tudo sob as ordens do enigmático Charlie Townsend e com a ajuda de Bosley. Outro seriado que quebrou o reinado dos homens como detetives foi *Police Woman* (1974-1978), em que a policial Pepper (Angie Dickson) usa disfarces nas investigações para levar os criminosos à justiça. *Wonder Woman* (*Mulher Maravilha*, 1976-1979) e *Isis* (*Poderosa Ísis*, 1975-1976) foram algumas das super-heroínas a ganhar um seriado, dando um toque de feminilidade à luta pela justiça.

O seriado *The Golden Girls* (*Super Gatas*, 1985-1992) jogou foco na emancipação da mulher e inovou ao ter como personagens principais quatro senhoras que moravam juntas, em uma grande casa num condomínio de Miami, nos anos 80. Apesar de ser uma comédia, a história de Dorothy, sua mãe Sophia e suas amigas Rose e Blanche abordou temas polêmicos como impotência sexual, adultério, morte, Aids, homossexualidade e assédio sexual – apresentados pelo divertido ponto de vista dessas senhoras que não perdiam tempo tricotando, sempre antenadas com os temas da época.

Dos anos 90 para cá, o que predomina são mulheres tentando conciliar a carreira com a vida familiar, constantemente buscando seu par ideal com a ajuda de suas amigas – assim como fora da telinha. Seja na função de presidente dos Estados Unidos – *Commander in Chief* (2005-2006) –, plantando maconha para poder pagar as contas – *Weeds* (*Erva*, 2005-) –, salvando vidas em um hospital – *Grey's Anatomy* (*Anatomia de Grey*, 2005-) –, ou como

²⁰ Formação original do trio de *As Panteras*.

donas-de-casa do subúrbio americano – *Desperate Housewives* (*Donas de Casa Desesperadas*, 2004-) –, as mulheres e o que se passa em suas cabeças ganham mais e mais espaço.

Engana-se quem pensa que poderes especiais trazem apenas benefícios. Que o digam as bruxas de *Charmed* (*Encantadas*, 1998-2006)²¹ em sua constante luta para ter uma vida normal e Allison Dubois (Patricia Arquette), que usa suas visões e o dom de falar com os mortos para ajudar a promotora de justiça a solucionar casos difíceis enquanto cria suas filhas com seu marido em *Medium* (2005-). Temas como mãe solteira – caso de *Gilmore Girls* (*Tal Mãe, Tal Filha*, 2000-2007), em que Lorelai (Lauren Graham) cria sua filha Rory (Alexis Bledel) sem contar com a ajuda do pai da garota, ou de seus pais – e a mulher que tem que reconstruir sua vida após o divórcio – como na comédia *Reba* (2001-2007), em que o personagem de Reba McEntire deve lidar com a separação e a gravidez da filha adolescente de uma só vez – são temas levados para a televisão por renderem boas histórias exatamente pela identificação com questões relacionadas à mulher presentes na sociedade.

No entanto, o seriado apontado por Pereira (2008) como o que falou melhor sobre as mulheres e o que elas pensam sobre relacionamentos foi *Sex and the City* (*Sexo e a Cidade*, 1998-2004). Baseada nos artigos que a jornalista Candice Bushnell escreveu para o jornal *The New York Observer* sobre o comportamento sexual das mulheres em Nova York, o seriado acompanha as experiências afetivas e sexuais das amigas Carrie (Sarah Jessica Parker), Samantha (Kim Cattral), Miranda (Cynthia Nixon) e Charlotte (Kristin Davis). Tendo Carrie como a narradora por ser a colunista de um importante jornal, a seriado mostrou como as mulheres do final dos anos 1990 lidavam com as mudanças e redefinições de seu papel na sociedade, uma vez que homens e mulheres parecem ter alcançado certo nível de igualdade nunca visto (e ainda não o ideal).

Essa breve retrospectiva sobre as mulheres no mundo dos seriados, embora deixe de fora muitos outros exemplos que trouxeram temáticas relacionadas ao universo feminino, serve para apresentar o contexto em que *Ugly Betty* surgiu. É interessante notar que não é mais raro que uma mulher seja a personagem principal de um seriado (de *I Love Lucy*, quando as mulheres eram co-adjuvantes, para cá, os exemplos são muitos), nem que elas tenham papéis

²¹ Seriado com personagens principais femininos até hoje: teve oito temporadas, algo pouco comum.

que antes pareciam destinados aos homens, como policiais e super-heroínas, ou que simplesmente procurem uma ocupação que não seja cuidar do lar. No entanto, o seriado analisado demonstra como os tabus do universo feminino seguem em constante debate, quando, por exemplo, o assunto é a mulher que sai de casa para trabalhar e se vê dividida entre as responsabilidades da profissão e com a família, além da própria discussão sobre a beleza feminina.

Betty Suarez tem muitos pontos em comum com estas mulheres mencionadas acima, especialmente suas contemporâneas, principalmente no que diz respeito à busca do amor e do sucesso profissional. A feminilidade (entendida como qualidade, caráter e maneira próprios da mulher) de Betty corresponde ao que é assimilado culturalmente, assim como nas outras. O que parece diferenciá-la logo de cara é que, enquanto as demais atrizes passam por um processo que as deixa belas para as câmeras, a atriz America Ferrera passa por processo inverso.

3.2. Apresentando: *Ugly Betty*

Ugly Betty é uma adaptação da telenovela colombiana *Yo soy Betty, La Fea* feita pela Touchstone Pictures²² para a rede ABC²³. A idéia de criar uma Betty americana surgiu em 2001, quando a concorrente NBC planejou adaptar a história para o formato de comédia de meia hora, que seria produzida pela Sony Pictures Television. Foi preciso que três escritores – liderados pelo criador Silvio Horta – elaborassem um conceito baseado nas características do personagem original para que a ABC e a produtora da atriz Salma Hayek, Ventanarosa, levassem o projeto adiante como uma dramédia²⁴ de uma hora de duração. No Brasil, a série é exibida pelo canal por assinatura Sony Entertainment Televisión, desde 2007, e pela rede de televisão SBT (Sistema Brasileiro de Televisão), desde 2008, às quartas-feiras, às 20h e 22h, respectivamente.

Antes de ir ao ar, o piloto foi testado em apresentações para grupos seletos de telespectadores, principalmente os originários da comunidade latina cujos fãs da Betty original esperavam que

²² Divisão de filmes da Walt Disney criada em 1984.

²³ A rede de televisão norte-americana American Broadcasting Company (ABC Inc.) inclui ainda uma rede de rádio. É propriedade do grupo Walt Disney, que também possui outra emissora de televisão, o Disney Channel.

²⁴ Dramédia é a junção dos termos drama e comédia, muito utilizada em sites especializados em seriados para identificar as séries que possuem características dos dois gêneros.

a ABC mantivesse sua integridade. Em seu primeiro ano, a seriado conquistou dois Golden Globes – melhor seriado de televisão (musical ou comédia) e melhor atriz em seriado de televisão (musical ou comédia), para America Ferrera (Betty Suarez) -, além de ser premiado no Peabody e ALMA Awards²⁵ (American Latino Media Arts Award), entre outros, incluindo onze nomeações ao Emmy – um indício de alto índice de reconhecimento para qualquer seriado de comédia.

A seriado mostra a vida de Betty enquanto ela tenta ser bem sucedida em uma publicação considerada a bíblia do mundo da moda, onde imagem é tudo. No entanto, a aparência de Betty não tem nada a ver com o glamour desse universo: é a sua “beleza interior” que a destaca nesse lugar em que se come pouco (ou quase nada) em nome da manutenção do belo. A ação se passa no escritório da revista *Mode*, em Manhattan, e na casa da família Suarez, no Queens, tendo Betty como o principal elo entre esses dois “mundos”, cujas diferenças são mostradas não só pela caracterização do cenário e dos personagens que neles circulam, como pela trilha sonora, quando, por exemplo, uma música latina antecede as cenas que se passam no Queens, onde vivem os Suarez. A casa de Betty é cheia de cores, referências à origem latina dos habitantes (como as pimentas que enfeitam a cozinha) e, de certa forma, a decoração com móveis que disputam espaço reflete a desorganização da vida dessa família. Já o escritório, tem predominância da cor branca, é espaçoso (as divisórias de vidro realçam esta característica) e bem iluminado.

Betty Suarez é uma jovem recém-formada em jornalismo que consegue uma oportunidade para demonstrar a sua competência como assistente do editor-chefe da revista de moda *Mode*. Apesar de ser uma funcionária eficiente, o que determinou a conquista do emprego foi o fato de ser pouco atraente, pois, desse modo, não despertaria o interesse de seu patrão, Daniel Meade, filho do dono da revista. Embora pareça que Betty e Daniel vão falhar nos seus papéis devido à falta de experiência, eles passam a trabalhar juntos para chegar ao topo. Isso significa enfrentar Wilhelmina Slater e seu assistente Marc St. James, que estão sempre tramando contra a dupla, já que a diretora de criação gostaria mesmo era de ocupar o cargo de Daniel.

²⁵ Premiação que destaca os melhores da comunidade latina nos Estados Unidos.

Personagens:

A família Suarez:

- ◆ Betty Suarez (América Ferrera): personagem central do seriado, jovem amável, trabalhadora e dedicada. Procura mostrar o seu valor na revista *Mode* porque quer conquistar o sonho de ter a sua própria revista.
- ◆ Hilda Suarez (Ana Ortiz): a irmã mais velha de Betty é mãe solteira e cabeleireira. Além disso, é bastante protetora e espalhafatosa.
- ◆ Ignácio Suarez (Tony Plana): o pai de Betty é completamente dedicado a sua família, mas esconde fatos de seu passado.
- ◆ Justin Suarez (Mark Indelicato): o sobrinho de Betty é completamente apaixonado pelo mundo da moda. Por isso e por causa de seu jeito, é vítima de discriminação por conta da dúvida em torno de sua sexualidade.

Mundo do trabalho

- ◆ Daniel Meade (Eric Mabius): além de chefe de Betty, Daniel acaba tornando-se seu amigo quando ele percebe que ela é sua melhor aliada na revista – muitas vezes, ela o salva.
- ◆ Bradford Meade (Alan Dale): o patriarca da família Meade espera que Daniel assuma os negócios da família um dia, mas não chega a ser um bom exemplo para o filho. Além de ter tido um caso durante anos com a diretora-executiva Fey Sommers, disse a Alex que não aceitava a cirurgia de mudança de sexo.
- ◆ Claire Meade (Judith Light): a mãe de Daniel defende as posições de Betty e procura sempre aconselhá-la a tomar decisões certas porque vê que ela é verdadeiramente amiga de seu filho. Sai da situação de alcoólatra e procurada pela justiça (primeira temporada) para a posição de dona de revista e alguém em que Betty se espelha (segunda temporada).

◆ Alex/Alexis Meade (Rebecca Romijn): o irmão de Daniel forja a própria morte para poder fazer uma cirurgia de mudança de sexo, pois seu pai não a consentia. Retorna, com a identidade de Alexis, para se vingar e tomar o controle da Meade Publications.

◆ Christina McKinney (Ashley Jensen): a costureira é a única amiga de Betty na revista *Mode* – elas são confidentes, compartilhando, sempre que possível, seus problemas e aflições. Christina não é uma das *chic-ees*, mas também não está na mesma situação de Betty – suas roupas, por exemplo, acompanham a moda, já que, ocasionalmente, ela consegue uma peça. Se muitas vezes ela assume o papel daquela que ouve Betty e tenta ajudá-la, isso não impede que ela cometa erros – ela chega a ajudar Wilhelmina em seus planos em troca de vantagens pessoais, como a possibilidade de exibir o seu trabalho em um desfile, ou dinheiro.

◆ Wilhelmina Slater (Vanessa Williams): a diretora de criação da *Mode* sempre que pode trama contra Betty e Daniel porque deseja ser a nova editora-chefe da revista – e para isso, se alia a Alexis.

◆ Marc St. James (Michael Urie): o assistente de Wilhelmina é seu fiel escudeiro em suas armações contra Daniel e Betty.

◆ Amanda Sommers (Becki Newton): melhor amiga de Marc (com quem se junta para implicar com Betty), é recepcionista da *Mode*, mas quer ser assistente de Daniel Meade, por quem é apaixonada. Descobre que é filha da falecida editora-chefe da publicação, Fey Sommers, e parte em busca de seu pai verdadeiro.

Interesses amorosos

◆ Walter (Kevin Sussman), Henry Grubstick (Christopher Gorham) e Giovanni “Gio” Rossi (Freddy Rodriguez): ao longo de duas temporadas, Betty teve três interesses amorosos. O primeiro deles foi o seu vizinho Walter, mas o relacionamento deles acabou por conta da traição dele e da aparição do segundo interesse amoroso de Betty, Henry – contador da revista *Mode*. A gravidez de sua ex-namorada, no entanto, abala a relação, facilitando a aproximação do dono de uma lanchonete que atende a *Mode*, Gio – a segunda temporada termina com Betty tendo que escolher entre Henry e Gio.

4. O feio está nos olhos de quem vê

O conceito de feio é relativo aos vários períodos históricos e às várias culturas, dependendo, muitas vezes, mais de critérios políticos e sociais que propriamente estéticos – o que não impede que, desde sempre, se tenha tentado vê-lo como um padrão definido, geralmente associado a um “erro da natureza” (tanto o defeito físico como o moral). É importante compreender que o feio não é o simples oposto do belo, entendido como harmonia, proporção ou integridade, uma vez que “tem seu modo específico de ser, requer uma produção particular, que não é o puro negativo do belo” (SODRÉ & PAIVA, 2002, p. 19).

Segundo Eco, “enquanto para todos os sinônimos de belo seria possível conceber uma reação de apreciação desinteressada, quase todos os sinônimos de feio implicam sempre uma reação de nojo, se não de violenta repulsa, horror, ou susto” (2007, p. 19). Para o autor,

na verdade, deveríamos, no curso de nossa história, distinguir as manifestações do “*feio em si*” (um excremento, uma carcaça em decomposição, um ser coberto de chagas emanando um cheiro nauseabundo) daqueles do “*feio formal*”, ou seja, desequilíbrio na relação orgânica entre as partes de um todo (ECO, 2007, p.19).

Esta última categoria redimiria a feiúra através da representação artística fiel e eficaz. Há, ainda, o feio de situação, relacionado a algo inquietante que não acontece como deveria ser (nem sempre inusitado), mas que pode vir a causar o riso com as várias formas de frustração da expectativa.

Indivíduos freaks²⁶, com aparência diferente do padrão, sempre existiram e, de certa forma, exerceram fascínio sobre os “normais”, se assim lhe podemos chamar, cativando o interesse das pessoas, como as aberrações do circo de Barnum. O medo e a repugnância, neste caso, não são causados pelo feio em si, sendo sim parte integral da estrutura social, pois as várias manifestações históricas, sociais, éticas e físicas da realidade combinam-se para formar a imagem do normal e a verdade é que, cada vez mais, os “monstros” conquistam as audiências que se deleitam graças ao espírito gregário, já que “a sociedade está cada vez mais preocupada com a perfeição física do que antigamente, pelo que as deficiências são ainda

²⁶ Russo (2000) vê os freaks, especialmente a partir dos anos 60, como uma nova articulação de grupos sociais heterogêneos que obedecem a demandas internas e externas de visibilidade dramática. Ser freak pode ser tanto uma escolha individual para alguns, como uma atribuição opressiva para outros (p. 92).

mais notadas” (NARUYAMA, 2000, p. 10). Diferentemente dos populares circos, cujas atrações principais eram figuras com alguma deformidade fisiológica, os *freak shows* de hoje difundem – e incentivam – em larga escala (com a ajuda dos meios de comunicação) o diferente, tendo como referência certo padrão de “normalidade” cultural.

Para os helenos, a relação entre feiúra física e feiúra moral desvinculava os ideais de beleza e virtude, uma vez que o que realmente embelezava a mulher era sua virtude e a feiúra era até mesmo considerada garantia de honestidade, remédio de luxúria, ocasião de equidade e justiça. A maquiagem e os cremes usados pelas mulheres seriam artifícios para mascarar os defeitos, com o objetivo de ser atraente para o marido e para estranhos. Tradicionalmente, os maus são retratados como feios, seja no teatro, na literatura, no cinema ou na televisão. Muitas vezes, esses personagens são os excluídos que a sociedade não consegue integrar, controlar, ou não tem a intenção de redimir: pobres, homossexuais, dementes, prostitutas e ladrões são, então, marginalizados também quando representados. No entanto, é crescente o número de vilões belos com desvios morais graves nas produções atuais. Inquietante é ver como o público torce por eles, deixando de lado as “imperfeições” e torcendo pelo final feliz para os “coitadinhos”.

Em *Ugly Betty*, não há militância ideológica a favor da feiúra. Ser feio não é sinônimo de virtude, assim como ser belo tampouco é. Betty chega a ter a chance de mostrar seu talento em outra revista da Meade Publications²⁷, a *MYW*²⁸, que tem como editora Sofia Reyes. Betty a admira por ter vindo de uma família pobre, sustentada por sua mãe que limpava casas no México, e que conseguiu chegar onde está com o próprio trabalho – é alguém que lhe serve como modelo. Já Sofia, vê em Betty muito de si mesma (com a diferença de que a editora abusa das roupas decotadas, está sempre elegante, com maquiagem leve, e, por vezes, chega a ser agressiva nas cenas em que a hierarquia da empresa fica clara) e está disposta a lhe dar uma chance, apostando em seu potencial.

Em seu primeiro dia na *MYW*, Betty chega vestindo um suéter verde, blusa cor de uva com babado e saia verde estampada. Ela é recepcionada por um “não acredito que esteja usando isso!”, mas, quando se vira já pronta para a chacota, encara Ruthie vestida com uma longa

²⁷ Em *Sofia's choice*, 12º episódio da primeira temporada.

²⁸ A publicação *MYW* tem como objetivo fazer com que a mulher moderna sinta-se poderosa, sem cair nas dicas de moda e beleza, privilegiando os aspectos da vida da “mulher de verdade”.

saia rosada estampada que lhe revela a meia calça escura, com blusa rosa e casaco de linhas coloridas por cima – além dos óculos redondos que lhe sobram no rosto, a franja, o aparelho ortodôntico e a pinta estranha. Ruthie não só diz que amou o suéter de Betty, como o pede emprestado caso venha a conseguir ter um encontro (algo que pensa ser improvável) e acha o coelho de pelúcia de Betty fofo²⁹. Ela não perde a oportunidade de dizer que o local é o melhor lugar para se trabalhar e que Sofia é a melhor chefe, dando a entender que ela já elogiou Betty para a equipe. Após meses trabalhando na *Mode*, Betty sente-se em casa, principalmente na hora em que todas se reúnem para discutir a primeira edição da revista, momento em que se vê mulheres de diferentes cores, formas e tamanhos (até mesmo uma em cadeira de rodas) em clima descontraído e, para espanto de Betty, comendo “comida de verdade”.

Nesse mesmo episódio, Betty pede demissão. Sua primeira grande decepção é com Sofia, que a manipula para ajudá-la a fazer com que Daniel a peça em casamento – só assim ela terá a capa de sua primeira edição: dicas de como fazer o homem pedir a mulher em casamento em até 60 dias (ao lado de Daniel, ela anuncia em rede nacional que se ela conseguiu conquistar o solteiro mais desejado de Nova York, qualquer uma pode fazer isso). Em sua defesa, Sofia diz que essa foi a forma que encontrou para vencer na vida, que realmente acredita no potencial de Betty e que sente muito porque, após conhecer Daniel, percebeu que ele era mais do que ela esperava.

A outra decepção foi com a equipe da *MYW*. Betty recebeu como tarefa escrever um artigo sobre a sua experiência na *Mode*, de como ela se sentiu um peixe fora d’água no tempo em que trabalhou lá. E é exatamente enquanto entrevista os antigos colegas que ela se dá conta de que eles são superficiais e sabem disso. As novas colegas, no entanto, tentaram em vão impedi-la de avisar a Daniel que ele estava sendo enganado e comemoraram o sucesso do lançamento da revista, mesmo sabendo que isso o fez mal. No fim, esse ambiente que lhe pareceu amigável e acolhedor no início se revelou tão traiçoeiro quanto o mundo de falsas belezas da *Mode*.

²⁹ O coelho rosa de barriga verde e chapéu de formador (presente de Hilda pela formatura) faz parte da decoração da mesa de Betty e é alvo de piadas no episódio *The box and the bunny* (o segundo da primeira temporada), quando é “sequestrado”. Depois de “torturas”, como ser fotografado na privada, ele retorna e é costurado por Christina, deixando-o remendado, mas Betty avisa: “mesmo que meu coelho e eu sejamos ruins para roupas, nós estamos aqui e vamos ficar. E vai precisar de muito mais para se livrar de qualquer um de nós”.

Outro conceito da estética que serve para a análise deste trabalho é o kitsch. Visto como fenômeno cultural, o feio é kitsch, uma vez que este diz respeito à discriminação do que é de “bom gosto”³⁰ a partir de fatores econômicos e culturais, geralmente, de acordo com as diferenças entre classes, produzindo um conceito volátil. O termo é usado para categorizar objetos de valor estético distorcidos ou exagerados, visando “provocar um efeito passional em vez de permitir a contemplação desinteressada” (ECO, 2007, p. 397). O belo, inclusive, pode, a posteriori, ser definido como reprovável, classificando-se como kitsch. Eco ressalta que “quem aprecia o kitsch considera que está usufruindo uma experiência qualitativa alta” (ECO, 2007, p. 397) e o classifica como “a obra que, para justificar sua função de estimuladora de efeitos, pavoneia-se com os espólios de outras experiências e vende-se como arte sem reservas” (ECO, 1987, p. 112).

O interesse do mundo moderno pelos elementos da cultura herdada e a extensão da arte como estilo de vida faz com que certos objetos reapareçam em novos lugares, públicos e privados, tomando emprestadas referências que adquirem novos significados no contexto em que se inserem. O kitsch diz respeito tanto à arte quanto a um comportamento de vida, visto que alguém necessita dessa forma de mentira para reconhecer-se nela, mesmo que seja através da falsidade da experiência estética para a ilusão do comerciável. A caracterização de Betty é produto de mau gosto por forçar a atenção de quem olha apenas para o fato de que ela está em desacordo com o ambiente onde se encontra, reduzindo-a a mero suporte de um aspecto físico particular. Seu exagero (combinação de listras e xadrez, ou xadrez e bolinha, por exemplo) reforça a sua feiúra pela redundância de signos sobrepostos que evidenciam o feio.

O kitsch, pensado como algo cafona, brega, ou fora de lugar, ganha significado maior quando associado à questão da latinidade, visto que os personagens a que se podem associar facilmente estas classificações são exatamente os de origem latina. Mesmo os representantes das gerações nascidas nos Estados Unidos (Betty, Hilda e Justin) têm algo que os torna peculiares, distanciando-os da possibilidade de serem tidos como “belos” – o fato de Hilda ser vista como uma mulher sensual faz com que ela corresponda ao modelo de mulher latina idealizado pelo país de maioria anglo-saxônica –, “pecando” pelos exageros de cores, gestos etc.

³⁰ Eco diz que “às vezes, o reconhecimento é instintivo, deriva da reação irritada e algumas desproporções patentes a algo que parece fora do lugar” (1987, p. 69).

Em geral, o grotesco é associado ao desvio de uma norma expressiva dominante. Para Sodré e Paiva, “funciona por catástrofe. [...] Trata-se da mutação brusca, da quebra insólita de uma forma canônica, de uma deformação inesperada” (2002, p. 19). Em sua modalidade crítica, define-se como experiência criativa comprometida com um tipo de reflexão especial sobre a vida (MUNIZ & PAIVA, 2002, p. 69). A combinação entre grotesco e televisão amplifica a idéia de que “a massa busca um espetáculo que a divirta e ao mesmo tempo a integre, ainda que imaginariamente, no espaço público” (MUNIZ & PAIVA, 2002, p. 110), ao passo em que suscita o riso cruel que acaba produzindo a indiferença generalizada a algo que é repetidamente banalizado.

A aberração e o grotesco se sobrepõem como categorias do corpo. A aberração fisiológica representa os problemas entre o “eu” e o “outro” vistos como partes distintas que são agrupadas separadamente – o masculino e o feminino, o corpo e o mundo exterior, o animal e o humano. Já como o grotesco, a aberração se produz pelas formações discursivas que incluem o empirismo, sem se restringir a ele.

A forma como a feiúra de Betty aparece no seriado gera o riso³¹ ao colocar esse personagem em situações que ressaltam as desproporções escandalosas das formas, transformando-o em veículo de zombaria e provocação aos cânones tradicionais do belo – como é o caso, por exemplo, das cenas que antecedem o letreiro do seriado, que mostram Betty ao acordar, entediada e, até mesmo, Marc vestido como ela no episódio de *halloween*. O deslocamento nas cenas em que Betty é comparada às demais mulheres do universo do seriado realçam a disparidade chocante e a desarmonia desse personagem, ao passo em que desafiam a idéia da aparência bela pensada como qualidade positiva das coisas, propondo o desvio de uma norma expressiva dominante, referente a costumes e convenções culturais. É o grotesco³² de sua feiúra que subverte as hierarquias, as verdades socialmente estabelecidas e, igualmente, as figurações clássicas do corpo.

³¹ O grotesco implica um compromisso do riso com tudo aquilo que normalmente se classifica como cruel, vulgar ou grosseiro. Ele não dá nenhuma chance à ilusão, já que destrói a nobreza das intenções, porém, demole as bases do pudor afetado e abala a segurança dos protocolos. (MUNIZ & PAIVA, 2002, p. 62 e 63).

³² Embora se confunda às vezes com o mau gosto, o grotesco não é apenas definido pelo monstruoso ou pela aberração: é preciso que haja os efeitos de medo ou de riso nervoso para que se crie um “estranhamento” do mundo, uma sensação de absurdo ou de inexplicável, que lhe corresponde propriamente (MUNIZ & PAIVA, 2002, p. 55 e 56).

Com um metro e cinquenta e cinco centímetros, pele morena, cabelos e olhos escuros, quadris largos e traços que revelam sua origem hondurenha, America Ferrera realmente nunca terá a mesma “beleza” de suas colegas – tão americanas quanto ela. Mais que as roupas, cabelo e acessórios, o que torna Betty tão diferente na *Mode* é o fato de ser filha de mexicanos, mesmo que ela própria tenha nascido e crescido nos Estados Unidos – ela estará constantemente na posição de “intrusa” e é isso que alimenta as desproporções quando ela é comparada aos outros personagens que circulam na revista. De mais “grave”, há o fato de a caracterização de Betty negar o estereótipo da mulher latina sexy – reforçado por sua irmã Hilda.

Já Russo fala sobre “os tabus em torno do corpo feminino visto como grotesco (o corpo grávido, o corpo velho, o corpo irregular), e como indisciplinado quando solto na esfera pública” (2000, p. 72), para abordar a saída de uma posição marginal para uma nova condição das mulheres – condição essa vista como grotesca pela sociedade pela não-semelhança com o papel que lhes foi historicamente imposto – e, neste caso, as mulheres latinas.

A proximidade dos grotescos femininos e suas contrapartes atraentes tem longa história na arte e no teatro ocidental, principalmente na comédia, onde a matrona libertina, a bruxa, as meias-irmãs feias e a ama entram em cena para estabelecer uma comparação e depois são descartadas (RUSSO, 2000, p. 56). Especialmente porque,

como a relação entre o simbólico e o cultural constrói a feminilidade e a condição de Mulher, e a experiência de *mulheres* (como variadamente identificadas e sujeitas a múltiplas determinações), podem se reconciliar no sentido de um modelo dinâmico de uma nova subjetividade social (RUSSO, 2000, p. 72).

Mudanças sociais duradouras são difíceis, mas modelos estruturais não são tão fechados a modelos simbólicos de transgressão e a imagem da mulher, no caso, pode abalar e renovar a estrutura social existente, até porque, “no mundo indicativo cotidiano, as mulheres e seus corpos, certos corpos, em certos sistemas públicos, em certos espaços públicos, já são sempre transgressores – perigosos e em perigo” (RUSSO, 2000, p. 77).

A transgressão de Betty – conseguir a vaga de assistente do editor-chefe de uma importante revista (a “bíblia” no mundo da moda) – aponta para uma mudança social: a conquista de espaço para jovens latino-americanas na sociedade norte-americana. Isso fica evidente no piloto, no momento em que Justin tenta animar a tia depois que ela pede demissão, repetindo

o que sua mãe havia dito sobre os sonhos dela – que “tudo o que você [Betty] quer, ser dona de uma revista, não acontece com pessoas como nós a não ser que seja J. Lo³³ ou algo do tipo” – e de como ele, da geração mais nova, está orgulhoso dela. Betty persiste e contraria a expectativa geral, tanto no núcleo familiar, quanto no universo da *Mode*.

4.1. O corpo feminino

Considerado como instrumento de comunicação para os outros e para si, o corpo é portador de símbolos. Suas imagens e linguagens contêm a concepção de mundo de quem as produz e a sua leitura/interpretação depende dos valores, do contexto e dos significados de quem as lê, assim como do significado impregnado na forma como é apresentado. A partir de padrões e referências, das normas, valores e ideais da cultura, os sujeitos vêm sendo classificados, ordenados, hierarquizados e definidos pela aparência de seus corpos ao longo dos tempos. Quando se fala, especificamente, em representação da mulher – historicamente concebida como mais próxima da natureza do que da cultura – a ficcionalização do corpo feminino pode tanto reforçar estereótipos – sendo que a mídia o faz muito bem – quanto oferecer modos alternativos de representação, seja pela ironia ou pela dramatização, da opressão ou marginalidade.

O ideal que as mulheres devem seguir muda de acordo com o código das aparências que evidencia os estereótipos relacionados à beleza feminina ao longo dos séculos. Se, na Antigüidade, a arte grega determinava cânones harmoniosos do corpo humano, na Idade Média, o modelo feminino apreciado era o delgado para, já no final do século XVI e século XVII, a corpulência do corpo da mulher ser associada ao sucesso, em oposição à magreza do povo doente que morria de fome e, em seguida, no século XVIII, a exigência voltar a ser por corpos mais esbeltos a ponto de, no início do século XX, os espartilhos darem forma à *mulher-ampulheta*.

Mas são o cinema e, mais tarde, a televisão que acrescentam a tudo isso novas maneiras de ver mais excitantes e variadas, dando, definitivamente, à encenação a sua dimensão planetária. Tudo mostra uma irresistível fascinação, uma maneira de contar histórias excepcionais e, principalmente, de transformar o ideal em tema sempre mais visível e

³³ Nome artístico da atriz e cantora Jennifer Lopez, americana filha de pais porto-riquenhos.

concreto (ALVES, 2008, p. 446). Ao celebrar a beleza, mostrando imagens idealizadas do corpo humano e promovendo o culto aos artistas – baseados, quase sempre, sobre a sua aparência – esses meios criam novos padrões estéticos.

Somado a isso, tem-se a imprensa voltada para o público feminino que, desde os anos 20, trata dos cuidados corporais, tornando as mulheres emotivamente vulneráveis ao chamar sua atenção para suas imperfeições corporais. Na perspectiva do discurso fundamentado no postulado de que a beleza favorece quem a tem, o universo feminino divide-se em dois grupos: as mulheres bonitas, cheias de sucesso, e as demais. Porém, nem tudo está perdido, pois,

com determinação, perseverança e com alguns gastos, qualquer mulher pode se tornar bonita. O raciocínio ainda vale hoje mais do que nunca. As mulheres tornaram-se alvo de uma gigantesca operação mercadológica desde essa época (BRANDÃO et al, 2005, p. 64).

Os corpos vistos no cinema e na televisão utilizam artifícios de forma que a “verdade” do corpo é substituída pela maquiagem. A fabricação do corpo sedutor começa ainda no estúdio, uma vez que essa é

a condição primeira de uma remodelação dos corpos em obediências aos cânones de uma beleza mais padronizada, de uma estetização das aparências para a qual concorrem, por todos os seus efeitos, as técnicas cinematográficas (iluminação, cenários e, logo, jogo de cores), de um controle dos efeitos e das atitudes que é estabelecido pelos vigilantes e pudicos códigos de censura de ambos os lados do Atlântico. O cinema para o “grande público” concentra assim a maior parte dos seus meios corporais em torno da fabricação de um *glamour* padrão, novo horizonte do sonho sensual internacional (Alves, 2008, ps. 488 e 489).

Dessa forma, a mulher oscila entre a inocência e o escândalo, tornando-se o desejo de consumo da audiência, acrescentando a isso que os personagens femininos têm o poder de encarnar os fetiches da sociedade moderna. No entanto, seu domínio é limitado no tempo, segundo os gostos instáveis do público, uma vez que as estritas regras do figurino, dos gestos e da conveniência têm como duplo efeito certa uniformização e, também, certa neutralização dos afetos e dos desejos ligados à representação da feminilidade (ALVES, 2008, p. 492).

A vamp, mulher fatal do cinema do início do século XX, ajudou os homens a esquecerem os horrores da Primeira Guerra Mundial, tornando-se um fenômeno global com seu

olhar fascinante, efeito das olheiras, atuação nos antípodas do natural, vestuário luxuoso, sensualidade orientalista, exibicionismo das poses e magnificência das cerimônias, pérolas e bijuterias em abundância, culto do amor, destino fatal para as vítimas desse amor (Alves, 2008, p. 490).

Em Hollywood, até mesmo os nomes deviam ser fabricados para se adequar a imagem, assim, Bárbara Chalupiec deu espaço para Póla Negri, Greta Gustafsson para Greta Garbo e Harlean Carpentier para Jean Harlow. Na Itália da mesma época, “a diva é mais sofisticada, mais delirante, mais artista, mais literária, mais melodramática ainda que sua irmã do outro lado do Atlântico” (Alves, 2008, p. 491).

Os anos 1930 foram marcados pelo reinado da *star* – mulheres menos melancólicas e sedutoras, mais próximas da purificação. Já a partir da Segunda Guerra Mundial, o sonho dos soldados *yankees* era a *pin up girl*: “uma boa mocinha bochechuda e de nádegas enormes, própria ao *American way of life*, nascida da saudável excitação dos estudantes e dos militares” (Alves, 2008, p. 493). A mulher cinematográfica alcança o status de atriz conforme a evolução política, econômica e cultural do século XX lhe permitiu conquistar seu lugar em pé de igualdade ao lado do homem, tornando a desforra do corpo menos necessária. A partir da década de 1960, o olhar lançado ao corpo da mulher tem a ver com a realidade de seu corpo real em detrimento dos artificios hollywoodianos, com contribuição da *Nouvelle Vague*.

Contudo, isso não quer dizer que o ideal de beleza feminina tenha deixado de exercer importante papel de identificação. Nos anos 60 e 70, a modelo Twiggy encarnava o que estava em voga: a magreza da *mulher-tubo*, até mesmo andrógina. Nos anos 80, a mulher *in* devia comer rápido, ser ativa e esportiva como a atriz Jane Fonda. Os anos 90 trouxeram a preocupação com o consumo de produtos naturais e a busca de autenticidade e modelos carismáticos, como a atriz Emma Thompson. Já no fim do século XX e no início do século XXI, tem-se a insatisfação generalizada das mulheres que não correspondem ao padrão artificial que está em constante redefinição, levando a novos estereótipos que são co-fabricados, como a atriz Angelina Jolie.

Permanecer jovem e magra é fundamental e, por esse motivo, recorre-se a diversas técnicas para se ter a imagem corporal institucionalizada. Ademais, é preciso ter seios fartos, lábios carnudos, bumbum arrebitado e roupas sexy – a obsessão independe da idade. Há, na mídia,

“uma beleza fantasma estilizada idealizada, magnificada, inventada, cujo imperativo é juventude e sexo, objeto dos sonhos eróticos dos homens, mas, também, individualmente, das mulheres ao se verem como desejável e desejada” (BRANDÃO et al, 2005, p. 68).

Os modelos do corpo feminino se distanciam da realidade e as mulheres têm dificuldade de avaliar objetivamente seu próprio corpo – nada que o dinheiro não possa dar jeito. O fator econômico, por sinal, é determinante quando as preocupações com “auto-imagem” individual e saúde pública não se dissociam. Isso porque, em uma sociedade na qual a fome e a penúria desapareceram, a distinção da silhueta esguia diz respeito em primeiro lugar às classes dominantes e às classes médias, visto que elas não passam tanto tempo nas fábricas e nos escritórios, exercendo tarefas que necessitam cada vez menos de grandes esforços físicos, sendo estimulados a consumir proteínas, glicídios e lipídios em excesso.

A anormalidade, o estar fora do padrão, é uma questão de percepção que depende de quem observa, mas, de qualquer jeito, todos são estigmatizados – por causa de deformidades físicas, anomalias psíquicas, ou por pertencer a grupos sociais com traços minoritários – e mesmo que as sociedades de massa busquem a uniformidade, a dissolução da deformidade vem da multiplicação das diferenças. O corpo diferente é também uma construção cultural, pois os signos (sejam os cenários onde está situado, ou os sinais com que é coberto) se interpõem entre o corpo e os olhares. É interessante observar como a Betty norte-americana mantém a sua origem latina e como esse “detalhe” da construção do personagem e dos demais que compõem o seu núcleo familiar perpetuam uma caricatura que permite seguir tratando os latino-americanos como exóticos, não como interlocutores, sempre na posição de “o outro”.

Além de pertencer a um grupo minoritário da sociedade norte-americana, onde predomina a cultura anglo-saxônica, a “monstruosidade” demonstrada no seriado é compartilhada por muitas mulheres, não só nos Estados Unidos, como no mundo todo. Ser “gordinha”, ter quadris largos, cabelos constantemente mal arrumados, bem como o trabalho com outros pêlos, ou a dificuldade de conciliar as exigências da família com as da carreira faz parte da vida de muitas mulheres – o detalhe é que Betty está inserida diretamente no universo da beleza (especificamente, em Nova Iorque, uma das capitais mundiais da moda), sempre envolvida nas comparações com a “normalidade” e o que deve ou não ser uma jovem latino-americana. De certa forma, o “monstro da *Mode*”, motivo de piada até dos outros desajustados

da empresa, concentra as angústias coletivas, tornando-se um poderoso modelo visível de heroína para todos os portadores de “pequenos desvios”.

4.2. A representação do outro

O seriado *Ugly Betty* viola certas premissas culturais e questiona evidências sociais já naturalizadas ao apresentar como personagem principal uma mulher que não está em conformidade com os padrões vigentes da cultura ocidental. A caracterização de Betty Suarez vai de encontro à valorização social da aparência física, principalmente em relação à valorização social da beleza feminina, que, no final, acaba até mesmo atrelando a preocupação com a saúde e o bem estar à questão estética. Não só Betty, como as outras mulheres que fazem parte do universo do seriado estão presas à noção de beleza como atributo eminentemente feminino, algo que evoca confiança, como se toda mulher tivesse a obrigação de ser bonita.

Por “mulher bonita”, entende-se, quase que instantaneamente, jovem (é preciso ser/parecer jovem para ser feliz) e magra (sinônimo de beleza, apesar da moda atual ser ter seios fartos e volumosos) – esse é o estereótipo³⁴ predominante quando evocamos a idéia de beleza feminina neste início de século XXI. Aproveitando-se do senso comum que agrega os indivíduos na sociedade, “de uma forma ou de outra, a mídia se serve de estereótipos cuja eficácia depende da maneira como são mobilizados e do poder de sedução que exercem junto ao público a que ela se destina” (BRANDÃO et al., 2005, p.68). Em um primeiro momento, a aparência de Betty (cuidadosamente construída, como será visto adiante) destoa das demais e subverte o padrão de beleza, chamando a atenção pela presença do inusitado, pelo choque causado por aquilo que foge às expectativas.

Ao trazer uma “mulher feia” para protagonizar o seriado, *Ugly Betty* rompe com o padrão de beleza intangível e reforça a adoção de outro conceito de “mulher bonita” que privilegia a “beleza interior”, independentemente da aparência, possibilitando, dessa forma, que um número mais amplo de mulheres possa se identificar com essa “mulher de verdade”. Betty e sua feiúra externa vêm levantando discussões sobre o padrão estético vigente e sua tirania,

³⁴ “Sendo o estereótipo uma convicção compartilhada socialmente, ele atua como preconizador de valores e comportamentos coletivos que garantem uma certa homogeneidade e coesão dos grupos” (LYSARDO-DIAS, 2007, p. 34).

defendendo a idéia de que o mais importante é ser verdadeira consigo mesma. Isso tem acontecido tanto na seriado como fora dela.

No episódio *The box and the bunny*³⁵, Daniel e Betty perdem fotos sem retoques de uma famosa atriz, estrela de uma seriado de filmes com os quais ficou famosa, especialmente porque ela engorda cada vez que grava um deles e tem dificuldade para voltar à sua forma³⁶. Betty sente-se incomodada desde o início, quando a atriz passa por um processo de emagrecimento no computador, atingindo uma perfeição que não corresponde à realidade, mas que ajuda a vender a revista. Para ela, as fotos estavam bonitas sem retoques e ela mataria para ser como Natalie. No entanto, se a imprensa encontrasse esse material, não seria bom negócio para ninguém: Natalie poderia ter sua carreira prejudicada pelo estigma de gordinha e as fotos revelariam a ilusão que são as capas da *Mode*, que têm que ser algo o mais maravilhoso possível, mesmo que irreal. É o discurso de Betty que inspira outros personagens a serem verdadeiros e pararem de distorcer a verdade para se adaptar: Daniel assume para o pai a responsabilidade pela perda das fotos e é recompensado com o orgulho de Bradford por sua honestidade; já a atriz permite que a *Mode* revele a “verdadeira” Natalie e publique as fotos completamente sem retoques para “dar ênfase na hipocrisia do negócio que parece ter a intenção de fazer qualquer ser humano normal se sentir um lixo”³⁷.

Fora das telinhas, a ABC lançou a campanha “*Be Ugly '07*”, no final de dezembro de 2006, para divulgar a seriado nos Estados Unidos, promovendo uma mensagem positiva para mulheres jovens: “seja real, seja esperta, seja apaixonada, seja verdadeira consigo mesma e seja feia”. Sua intenção era reagir às imagens da beleza pré-fabricada que bombardeiam as mulheres diariamente. O cantor e compositor Jason Mraz compôs a música da campanha, *The beauty in ugly*³⁸; máscaras com o rosto de Betty Suarez foram distribuídas no reveillon da Times Square (Nova York) e da Disneylândia (Orlando); uma camisa foi lançada para

³⁵ O segundo episódio da primeira temporada.

³⁶ É, claramente, uma referência aos dois filmes estrelados por Renée Zellweger que narram as aventuras da gordinha, porém feliz, Bridget Jones. A atriz precisou ganhar peso para fazer o papel, mas voltou à forma original.

³⁷ A fala de Natalie é reforçada pela cena em que a apresentadora do Fashion TV anuncia o roubo das fotos e promete divulgá-las se as encontrar, lembrando que “nós só fazemos os outros se sentirem mal para fazermos você se sentir bem”.

³⁸ Trecho da tradução: “Bem, se você quer se libertar / E se você quer fazer a coisa apaixonada / E se você quer ficar esperta / Por causa do seu coração e tudo mais / Você deve impor seu nome / E se levantar, e se tornar real / E ver a beleza no feio” [No original: “Well if you wanna get free / And if you wanna do the passionate thing / And if you wanna get smart / For the sake of your heart and all / You should own your name / And stand up tall and get real / And see the beauty in ugly”].

levantar fundos para a Girls Inc., grupo beneficente que desenvolve programas educacionais para ajudar jovens mulheres a atingirem seu potencial.

Além disso, o site da seriado oferece um link para uma página interativa em que o internauta pode criar seu próprio “*Mode scrapblog*”³⁹ e colocar “adesivos” em suas fotos. Dessa forma, na *Scrapblog a la Mode*, qualquer um pode ganhar os óculos ou o aparelho de Betty, e também outros acessórios, como perucas, o colar de pérolas com o “B”, brincos, chapéus etc, tudo ao estilo Betty Suarez⁴⁰.

Como se não bastassem os sinais que fazem com que a feiúra de Betty seja reconhecida instantaneamente, como o aparelho, o par de óculos grossos, o cabelo rebelde e as roupas extremamente coloridas que abusam do estampado (listras, bolinhas e afins) em modelos dos anos 80 (considerada a década perdida também em relação à moda, com suas extravagâncias), o personagem é, inclusive, “vendido” de forma que o aspecto feio de sua caracterização seja destacado. Na temporada 2007-2008, o slogan da seriado veiculado nas propagandas do canal Sony Entertainment Television anunciava que “em inglês [o personagem] é ainda mais feio”, buscando diferenciar a Betty americana de suas “irmãs” – embora Betty Suarez não seja, necessariamente, mais feia que as outras.

Diferenciar, realmente, parece ser o que a seriado busca. Chama atenção o fato de a Betty americana e sua família compartilharem hábitos que os tornam estranhos quando comparados aos demais pela descendência latino-americana. As referências a esse grupo minoritário, marcada pelo jeito de falar (com direito ao constante uso de expressões em espanhol, como “*ay, Dios mío*”), pelas comidas que são servidas à mesa (até porque, esse parece ser o único grupo de personagens que se alimenta, aproveitando as ocasiões do café da manhã e do jantar para resolver qualquer questão que aflija um membro da família) e pelo uso de cores fortes no vestuário, por exemplo, fazem com que eles sejam elementos pitorescos quando vistos lado a lado com os “normais” habitantes de Manhattan. Ignácio é imigrante ilegal e enfrenta um processo para conseguir sua cidadania americana, mas tanto suas filhas como seu neto nasceram nos Estados Unidos e partilham valores *yankee*, como perseverança, otimismo e

³⁹ É como se fossem páginas de scrapbook que as pessoas costumam montar, colando fotos em um papel especial e adicionando os mais diferentes adesivos para personalizá-las, só que na internet.

⁴⁰ O site www.uglybetty.com disponibiliza o trabalho de alguns internautas em que se observam caracterizações que remetem à transformação de Betty.

dedicação ao trabalho. Ainda assim, todos são alvos constantes de piadas por serem “*chicos* consumidores de *burritos* oriundos de Guadalajara, México”⁴¹.

Usar tais roupas com predominância de determinadas cores, adotar certo tipo de dieta (ou não comer de forma alguma) e seguir modelos pré-estabelecidos de comportamento, atendendo desejos e expectativas sociais, faz com que os indivíduos se abriguem sob a segurança de pertencer a um grupo que o reconhece e acolhe por identificação. A aberração que Betty representa no ambiente da *Mode* está vinculada ao corpo⁴² do “outro” que é ao mesmo tempo naturalizado e domesticado, gerando a visão grotesca desse personagem “defeituoso” e provocando o riso com suas situações cotidianas. Não é que o seriado simplesmente reforce as diferenças culturais entre os personagens que circulam entre Manhattan e Queens, mas, mais que isso, ele reforça a maneira desigual com que os elementos de diferentes culturas são apropriados.

A representação social em vigor expressa a metáfora de um corpo grupal apoiada em imagens e fantasias comuns a todos os membros da coletividade. Sair da norma, sendo o normal nada mais que o padrão prevalecente, implica sérios riscos, pois “a normalização é um dos grandes instrumentos de poder na era moderna, suplementando, se não substituindo, outros sinais de status e condição social” (RUSSO, 2000, p. 23). A feiúra de Betty personifica aspectos mais vastos da cultura dos meios de comunicação, acolhendo e consolidando identidades que de outra forma estariam perdidas ou fragilizadas (não só a latino-americana, como também a das mulheres que são feias e têm “beleza interior”), mas, ao mesmo tempo, lhes dando uma visibilidade controlada, que acaba fortalecendo a sensação de estranhamento, de que existe um “nós” e um “eles” em eterna oposição.

⁴¹ O interessante é que apenas o cubano Tony (Ignacio) nasceu fora dos Estados Unidos, mas nenhum deles tem origem mexicana: America (Betty) é filha de pais hondurenhos; Ana (Hilda) tem descendência porto riquenha e irlandesa; Mark (Justin) descende de porto riquinhos e italianos.

⁴² Corpo este que “se encontra sempre e simultaneamente inscrito tanto na economia do prazer e do desejo quanto na do discurso, da dominação e do poder” (BHABHA, 1991, p.179).

5. O “processo *bettify*” e as mulheres no universo de *Ugly Betty*

A aparência feia de Betty Suarez é ressaltada pela constante comparação com as demais mulheres que compõem o universo do seriado⁴³, seja no local de trabalho, onde a figura de Betty chega a ser grotesca quando vista lado a lado com suas colegas, ou em casa, embora Hilda e sua irmã compartilhem o maior ponto de distinção em relação às outras: a origem no Queens, em oposição aos demais personagens que vivem em Manhattan, evidenciando o contraste entre os habitantes desses distritos da cidade de Nova York, especialmente quando um personagem se aventura no local ao qual não pertence⁴⁴.

O ritual de caracterização de America Ferrera antes de gravar suas cenas reflete a preocupação da produção em criar a feiúra do personagem, desconstruindo o padrão clássico da beleza e reforçando que o que realmente importa é a “beleza interior” – reforçada pela constante repetição de que Betty é boa, amável, perseverante e otimista, sem ser estúpida. O processo *bettify*⁴⁵ leva em média uma hora, tem resultado inverso ao das outras atrizes, que saem embelezadas, e envolve os departamentos responsáveis por cabelo, maquiagem, guarda-roupa e acessórios⁴⁶:

- Maquiagem: o efeito da sobrançelha espessa é criado com um pincel especial que ajuda na aplicação de um creme cor de chocolate que dá a impressão de fios individuais. A base usada no rosto de America é mais clara que sua pele, uma vez que Betty não tem oportunidade de tomar sol. Um pouco de blush nas bochechas e hidratante labial completam o trabalho.

- Cabelo: para dar o efeito de que Betty “acordou, passou xampu e deixou o cabelo secar”, America usa uma peruca castanha, um pouco mais escura que seu cabelo.

⁴³ Clair Mead não entra nessa comparação porque o que marca esse personagem não é o seu contraste com Betty, mas sim a relação maternal que desenvolve com ela, independente da aparência.

⁴⁴ Quando vai pela primeira vez na *Mode*, Ignacio (único personagem a ostentar um bigode – lembrando personagens de telenovela mexicana – e a ter o rosto claramente marcado pela passagem do tempo) observa que “é tudo tão branco” no escritório desprovido de cores.

⁴⁵ Batizado pela própria America em oposição ao termo *beautify* (embelezar). Ver matéria do USA Today: http://www.usatoday.com/life/television/news/2006-10-04-betty-transform-main_x.htm

⁴⁶ Estas informações foram retiradas do site oficial do seriado (www.uglybetty.com) e da matéria *From America the beautiful to Ugly Betty*, do USA Today. Ver http://www.usatoday.com/life/television/news/2006-10-04-betty-transform-sidebar_x.htm.

- Guarda-roupa: cores fortes e padrões audazes fazem com que as roupas de Betty se destaquem na tela quando está no escritório, onde as cores sóbrias dos trajes predominam. Além disso, as roupas são confeccionadas no estilo dos anos 80 (a década lembrada – e renegada – pelo mau gosto). A roupa básica para ir trabalhar consiste em blusa, colete e saia – uma combinação que busca esconder o corpo da atriz, diferenciando-a das demais que exibem seus corpos quando há oportunidade.

- Acessórios: os óculos vermelhos que destacam a sobrancelha espessa e o cabelo indomável são uma doação pessoal de Patricia Field, responsável pelo figurino no episódio piloto. Já o aparelho ortodôntico é, na verdade, um pedaço de plástico transparente que se encaixa em cima dos dentes de America, moldado após uma visita da atriz ao dentista. Esses acessórios são constantemente utilizados na construção do estereótipo da “mulher feia”, vistos como negação da feminilidade.

Introvertida e rejeitada pela maioria das pessoas por causa de sua aparência⁴⁷, Betty cresceu na sombra de sua vistosa e espalhafatosa irmã Hilda. A mais velha das garotas Suarez abusa das roupas decotadas e coladas, com muita cor ou estampas de animais, mas sempre carregada de acessórios (cintos, pulseiras, colares, brincos, de preferência brilhantes) e com cuidado especial com o cabelo e as unhas longas. Hilda é do tipo que não leva desaforo para casa e está disposta a brigar se preciso. A maneira chamativa como se veste causa problema para Justin, que briga com um colega de escola por ele a ter chamado de vadia⁴⁸. Quando Hilda confronta a mãe do garoto, ela lhe pergunta por que Hilda não age como uma mãe. A resposta é simples e provocativa: “É? E você é uma mulher. Por que não começa a agir como tal?”. Na verdade, tanto Hilda como Fabia⁴⁹, a principal anunciante da *Mode*, retratam bem o estereótipo da mulher latina exagerada e sensual (padrão de um estilo de vida que Betty decide não incorporar e que a diferencia até mesmo em seu grupo), com a diferença que a primeira vira-se como pode, customizando suas roupas para deixá-las como gosta, e a segunda age como uma diva e tem dinheiro para disputar peças únicas de estilistas.

⁴⁷ No episódio em que Betty relembra o tempo do colegial (*Jump*, 18º da segunda temporada, exibido no *season finale* dessa temporada), ela foi escolhida para integrar o time de Kimberly (Lindsay Lohan) com o propósito de servir como “escudo humano” para as outras garotas em uma partida de baleado. Seu cabelo estava inchado e mais curto, ela precisava usar aparelho e os óculos eram grandes o suficiente para cobrir sua sobrancelha.

⁴⁸ No 15º episódio da primeira temporada, *Brothers*.

⁴⁹ Loira tingida com cabelos longos, roupas coloridas em tecidos brilhantes ou com estampas de animais e sotaque italiano, Fabia parece ser uma caricatura de Donatella Versace, socialite e empresária italiana.

Amanda é uma das oposições à caracterização de Betty na *Mode*, especialmente pelas disputas que travam, já que ela, a princípio, queria ser assistente de Daniel. Como recepcionista de uma revista de moda, sente-se na obrigação de acompanhar as tendências, fazendo de tudo um pouco para conseguir novas peças de roupa – o que inclui pegar coisas no armário da *Mode*. Ela é descrita como uma fashionista⁵⁰, jovem e de corpo incrível, alguém que fica bem vestindo qualquer modelo – o cuidado com a dieta, no entanto, é deixado de lado quando ela está ansiosa ou triste. Seu guarda-roupa é uma mistura de preços, estilos e designers, com muito cinza e preto, se possível, bem curto. O cabelo está em constante mudança de acordo com o que veste e a ação em que está envolvida, sem medo de experimentar. O curioso é que, quando Betty vai ao escritório em um momento em que não há ninguém, ela descobre que a posição de Amanda é ocupada por L’Amanda, uma negra gordinha e de cabelos presos em coque com uniforme cinza, a segurança que nunca é vista por ninguém, mas sabe tudo que se passa ali.

Já Wilhelmina⁵¹ veste-se com modelos clássicos, geralmente na cor branca, às vezes acompanhada de peles de animais, sempre com o cabelo preso ou parcialmente preso. É extremamente ambiciosa, seus gestos são controlados e outros personagens são facilmente intimidados só pelo seu olhar. Não tem um bom relacionamento com a filha, que estuda em internato porque ela acredita que seja o melhor (ela mesma teve essa experiência), nem com o pai, o Senador (ele não tem nome), a quem tenta impressionar, sem muito sucesso, com suas conquistas nas poucas vezes em que se vêem. O marcante desse personagem, que impõe padrões por ser diretora criativa, é a sua preocupação constante com a idade e o peso. Já no piloto, Wilhelmina pergunta a Marc se ela foi preterida do cargo de editora-chefe por ser velha demais – isso enquanto seu assistente aplica botox em sua testa. E, quando ela abre a geladeira de sua casa em outro episódio, não há nada além de três potes (um deles de caviar), nem mesmo garrafa de água. O único momento em que a vemos feliz e sorridente, usando calça jeans e botas até a altura do joelho (algo impensável para ela), com os cabelos soltos, é o breve período em que se apaixona – mas logo o caso termina e ela retoma as armações para ser editora-chefe e a infernizar a vida de qualquer um em seu caminho. Betty é feia, mas é

⁵⁰ Segundo o uso dessa palavra ao longo do seriado, ela pode tanto indicar a pessoa que segue como a que cria moda.

⁵¹ Wilhelmina é o único personagem negro do elenco fixo da seriado e tem papel determinante para decidir quem está *in* e *out* no quesito moda. Seu tom de pele é claro, os olhos são verdes e o cabelo é alisado e clareado com luzes, e, no final, ela não destoa das outras mulheres da *Mode* – basta dizer que a atriz foi a primeira Miss America negra. No entanto, há, ao longo da trama, referências a seu passado que dão a entender que ela teve que desistir de sua identidade original, Wanda (assim como sua aparência, a exemplo do cabelo black power), para se tornar a fashionista Wilhelmina Slater com a ajuda de Fey nos anos 70.

uma heroína “virtuosa” por não negar suas origens, pela ética no trabalho e pela moral conservadora; já Wilhelmina, é linda, mas é a vilã que nega suas origens, não tem ética no trabalho e é sozinha – não tem bom relacionamento sequer com a família.

Christina não pode ser considerada uma típica mulher da *Mode*, mas também não chega a ser uma aberração como Betty. Apesar das ocasionais piadas sobre ser escocesa e ter problemas para se controlar quando o assunto é bebida, ela tem uma enorme vantagem sobre a amiga: ela se sente confortável no mundo da moda e o ama, mesmo sabendo que seu corpo não é o ideal para ele – ela conta com seu dom para a costura para contornar o detalhe, adaptando as roupas para que lhe sirvam e criando um estilo próprio. Além disso, Christina sabe que tem o poder uma vez por ano, na época em que a revista se livra de parte do armário cheio de peças de grifes, e não tem problemas em tirar vantagem. Na verdade, embora atue como a consciência de Betty em algumas ocasiões, ela própria acaba caindo na tentação de tirar proveito de algumas situações, mas tem crise de consciência quando percebe que seus atos fugiram do controle.

No entanto, é Alexis o personagem mais controverso por trazer para o seriado a discussão sobre gênero. A caracterização de Rebecca Romijn assegura que ela continue glamurosa, bonita e sexy, expondo seu corpo de “modelo da Victoria’s Secret” (a atriz realmente desfilou para a marca na época em que era modelo) sempre que necessário, em roupas audazes de diferentes texturas e cores, especialmente vermelho. O seu comportamento, contudo, ainda revela traços de sua masculinidade⁵², principalmente quando ela entra em disputas com Daniel, sendo capaz de partir para cima do irmão para brigar como nos velhos tempos – algo que ele não pode mais conceber, uma vez que agora o irmão mais velho é uma mulher.

É claro que o surgimento desse personagem transexual causa uma reviravolta na trama, até porque, Alexis faz com que o pai seja preso no dia do anúncio de seu retorno e parte para a conquista da empresa, deixando Daniel inseguro. Além disso, desperta curiosidade, pois o Fashion TV não perde a oportunidade de fofocar e Ignacio chega a ir à *Mode* com uma

⁵² Inclusive, em sua primeira cena (*In or out*, 13º episódio da primeira temporada), Rebecca força uma imitação mais grave de sua voz, algo que some gradativamente, aproximando mais o personagem de sua feminilidade.

câmera fotográfica para ver o “traveco”⁵³; preconceito, quando, por exemplo, o dono de uma marca de roupas recusa-se a anunciar na revista porque não quer associar a imagem de sua empresa, que está em expansão, a “elementos” como Alexis⁵⁴; e brincadeiras pejorativas e de mau gosto, como no episódio⁵⁵ em que Alexis fica decepcionada ao descobrir que o cara que se aproximou dela no bar só fez isso porque apostou com seus amigos que conseguiria seu número de telefone – ele tinha conhecimento de quem ela era e fez questão de acrescentar: “eu não dou em cima de freaks, a menos que eu saiba que vou ser pago”.

Ainda assim, Betty e sua combinação estranha para roupas, cabelo despenteado, óculos e aparelho é considerada a freak da *Mode*, pois, no final, a beleza de Alexis ofusca o fato de que o personagem deixou de ser homem para ser feliz com o corpo com o qual se sente realizado, tornando Alexis mais uma bela mulher em um lugar onde beleza vem primeiro. Na cena em que as duas se encontram pela primeira vez no episódio *Brothers*, enquanto sobem o elevador (Alexis alta, loira de cabelo impecável, porte elegante, usando vestido vermelho colado, ressaltando a cintura e os seios; Betty baixinha e com um casacão azul felpudo na gola que lhe faz parecer mais gordinha), Alexis sacia a curiosidade de Betty quanto a sua transformação: suavizaram o maxilar, afinaram o nariz, baixaram a linha do cabelo, raspam o pomo de adão, mais os implantes – bochechas, seios e bumbum –, além do adesivo de hormônio para impedir o crescimento do bigode. Ao que Betty reage: “Mesmo? Onde você conseguiu isso? Porque eu tenho que descolorir o tempo todo e arde muito”. Se “most people’s personal identities, and many people’s social and political identities, depend on clear, binary categories; they depend on an assumption that the difference between groups is hard, fast, and recognizable”⁵⁶ (GAMSON, 1998, p. 141), então a caracterização faz com que a diferença do personagem Betty acabe saltando aos olhos mais que de qualquer outro, graças aos códigos que satisfazem o desejo de poder reconhecer o elemento estranho imediatamente e interpretá-lo como fora da norma.

⁵³ É Betty que apresenta a diferença entre travesti e transexual no início do episódio *Brothers*, com base em sua pesquisa: enquanto o primeiro veste-se como o sexo oposto, o segundo “faz cirurgia para adaptar-se ao sexo oposto”.

⁵⁴ *Grin and bear*, quarto episódio da segunda temporada.

⁵⁵ *Derailed*, 16º da primeira temporada.

⁵⁶ Tradução da autora: as identidades da maioria das pessoas, assim como as identidades políticas e sociais de muitas pessoas, dependem de categorias claras e binárias; elas dependem da garantia de que a diferença entre os grupos é rápida, fácil e reconhecível.

5.1. O Piloto e a possibilidade de transformação

O primeiro episódio de *Ugly Betty, Pilot*, foi exibido em 28 de setembro de 2006 nos Estados Unidos. O primeiro episódio é importante, pois

nele se deve apresentar clara e especificamente todos os personagens principais, identificá-los, dizer o que são e como são; mostrar suas relações com os demais, seu modo de ser, suas crenças, seus desejos, seus objetivos de vida, o estágio em que estão. Deve-se dar a situação básica da comunidade ou do grupo que se quer tratar e, provavelmente, o problema inicial que deu origem ao estado atual de vida de todos (PALLOTINI, 1998, p. 50).

O piloto começa com um close de Betty Suarez, aparentando ansiedade, com um par de óculos grossos, aparelho nos dentes e os cabelos desarrumados. Logo em seguida, aparecem os dizeres *Ugly Betty* em vermelho, com o fundo amarelo⁵⁷. Na cena seguinte, uma mulher senta-se ao lado de Betty e aí nota-se o primeiro contraste da seriado: enquanto Betty usa meias calças pretas, um conjunto de saia e casaquinho xadrez em que predominam o rosa e o azul, com o babado da blusa verde saltando para fora, a mulher ao lado usa um poncho de cor neutra da marca *Dolce & Gabbana* lançado no outono, mantendo a postura ereta, e mal olha para a companheira de espera no saguão da Meade Publications.



FIG 1 – Betty aguarda sua oportunidade de entrevista na Mead Publications – ela não passa do saguão.

⁵⁷ O nome do seriado precedido por um close de Betty em diferentes situações torna-se uma constante ao longo das temporadas exibidas até então.

Betty não chega sequer a passar do saguão, pois um empregado a informa que todas as vagas foram preenchidas só de ver sua aparência – a careta de reprovação que ele faz diz tudo: a aparência dela não preenche os requisitos necessários. Já daí, conhecemos uma de suas características, a persistência, que a faz apresentar suas qualidades e os motivos que a levam a querer trabalhar na editora, mesmo que aos tropeços pela escada, até ver as portas fechadas na sua frente.

Um diálogo interessante se passa no momento em que os Suarez são apresentados⁵⁸. Quando Hilda chama seu filho Justin para comer pudim, a sua resposta é que ele não quer a sobremesa porque não quer engordar, ao que Hilda replica que, por ser um garoto, seu peso não faz diferença e, mesmo discordando, Justin desiste de argumentar – há algo “diferente” com este garoto pelo seu comportamento e por sua preocupação. Com todos sentados na mesa de jantar discutindo as opções de Betty (seguir o que deseja para sua carreira, ou seguir os passos de sua irmã vendendo produtos de beleza – o detalhe é que, durante a cena, enquanto usa roupas folgadas que cobrem todo o corpo, sua irmã, a melhor vendedora da fictícia Herbalux no distrito, veste-se com roupas coladas e decotadas, além de ter os cabelos arrumados e estar maquiada), a família de Betty dá mostras de ser uma típica família de classe média da televisão, onde as falhas não impedem que eles possam resolver todos os seus problemas com amor.

Outro recurso já apresentado no piloto é o Fashion TV, canal que apresenta as últimas notícias sobre o mundo da moda (sempre em tom de fofoca), com interesse especial na família Meade e nos empregados da *Mode*. É dessa forma que ficamos sabendo da misteriosa morte de Fey Sommers, editora-chefe da revista, e da disputa por seu cargo entre Wilhelmina Slater e Daniel Mead – o apresentador chega a perguntar se o mulherengo Daniel será capaz de assumir a responsabilidade que o emprego exige. Na cena seguinte, Daniel é flagrado pelo pai com sua assistente, comprovando o que foi dito sobre ele.

Enquanto todos acham que Walter vai pedir Betty em casamento, ele a surpreende terminando o namoro. O motivo é que ele se apaixonou por outra pessoa: a bonita do bairro e vizinha de Betty, Gina Gambaro. Quando ela recebe a ligação da Mead Publications chamando-a para trabalhar na *Mode* (o que deixa Justin contente, pois ele sabe tudo sobre a revista de

⁵⁸ A partir do piloto, é comum que as cenas na casa da família sejam precedidas por cenas da telenovela (claramente, um dramalhão mexicano com diálogos, inclusive, em espanhol) que eles “assistem”.

moda), Betty está “exterminando” o pudim rejeitado pelo sobrinho. Enquanto ela vê o emprego de assistente do editor-chefe como uma possibilidade de crescimento na carreira que escolheu, Justin está preocupado com o que ela irá vestir em seu primeiro dia.

Amanda é a primeira a ver Betty no escritório. Seguindo o conselho de Justin de usar algo que esteja na moda, Betty chega com um imenso poncho vermelho em que se lê *Guadalajara* (indício de sua origem mexicana) – por baixo, vê-se uma camisa de gola laranja com bolinhas pretas abotoada até o último botão –, o que faz lembrar a mulher que aguardava com ela no saguão da Mead Publications na primeira cena. Já daí, começam as piadas de Amanda (loira, magra e usando roupas elegantes), que lhe pergunta se ela é o “antes”, em uma referência às sessões fotográficas que retratam as mulheres antes e depois de uma verdadeira transformação que vai desde a aquisição de roupas novas à maquiagem, passando por cuidados com os cabelos. E como Betty parece não entender do que ela está falando, Amanda parte para a pergunta seguinte (feita pausadamente para que não haja mal entendido por causa da língua inglesa): se ela está ali para fazer uma entrega. Obrigada a lhe indicar o caminho da sala onde todos estão reunidos, Amanda aproveita para fazer o interrogatório sobre de onde Betty é (Queens) e quais outros trabalhos ela já teve (este é seu primeiro trabalho de verdade) e conclui contrariada que o emprego lhe foi negado por falta de experiência, demonstrando insatisfação por ver que alguém como Betty ocupou a vaga que desejava.



FIG 2 – Amanda é a primeira a ver Betty e seu poncho na *Mode*.

Repetir “você é uma mulher de negócios atraente, inteligente e confiante”⁵⁹ parece não dar certo para Betty, pois ela acaba se esbarrando com o vidro ao confundir onde está a porta. Além de sua aparência (todos usam cores escuras – apenas Wilhelmina surge de branco – somente Betty veste algo colorido, seu poncho vermelho), o barulho chama atenção de todos e atrapalha Daniel em seu primeiro discurso para a equipe – quando Betty lhe sorri, ele se confunde e diz “I have big teeth” ao invés de “I have big shoes to fill”⁶⁰ (ele reconhece que não será fácil assumir o lugar da falecida Fey). Após sua chegada triunfal, Wilhelmina – atrasada, e, por isso mesmo, sua presença é imponente – demonstra conhecer melhor as questões da revista que Daniel, assumindo o controle da reunião (na verdade, é ela que encerra a reunião, dizendo que todos devem se esforçar para apresentar um bom trabalho para o novo editor-chefe). Betty está sentada em um canto, fazendo observações em seu caderno, pronta para o trabalho. A caminho da saída, Marc não deixa de fazer uma observação sobre o poncho de Betty e, em uma demonstração de ingenuidade, ela agradece pelo “elogio” que ele fez. Daniel mal pode acreditar que ela seja sua nova assistente.

Enquanto Betty pesquisa sobre Fabia e seus produtos de beleza, a mais importante anunciante da revista, Daniel reconhece que ninguém, especialmente Wilhelmina, o quer por ali e pede ajuda a seu amigo Philippe Michel, o fotógrafo que fará a nova campanha para *Fabia Cosmetics*. Mais que oferecer idéias para o layout, ele quer saber por que Daniel ainda está com a assistente que seu pai o obrigou a contratar, afinal, ele é o editor-chefe de uma revista de moda e apresenta seu argumento final: “esse negócio é tudo imagem. É *isso* que você quer que te represente?”. Já que ele não pode demiti-la, o plano é que ele a faça se demitir. E é assim que Daniel começa a pedir a Betty para realizar as mais absurdas tarefas, como tirar o repolho da salada de repolho antes que alcance a temperatura ambiente, passear com um grande cachorro que a arrasta pela rua e tirar chiclete da sola de seu sapato. Esses pedidos, que muitas vezes ultrapassam a hora do expediente, a fazem perder a comemoração do aniversário do pai, causando conflito, principalmente, com Hilda, que não entende o sonho da irmã – mas nada a faz desistir, por mais puxada que esteja a rotina. Daniel dá mostras de sentir remorso, porém, deixa isso de lado e segue com o plano.

⁵⁹ Trecho do best-seller de Sofia Reyes (Salma Hayek).

⁶⁰ Daniel diz que tem “dentes grandes” ao invés de “tenho sapatos grandes para preencher” – expressão americana que denota responsabilidade.

A primeira ida de Betty ao refeitório da editora é, no mínimo, desconfortável. Todos olham para aquela figura que destoa dos demais – os tons sóbrios predominam, mas Betty veste blusa laranja de bolinhas pretas, com uma saia estampada e um colete vermelho – com o seu almoço em um saco de papel e, como em uma cena comum nos seriados adolescentes que se passam na escola, ninguém lhe cede lugar. É assim que ela conhece Christina, responsável pelo guarda-roupa da revista, a única que se aproxima dela. É Christina que lhe apresenta Zelda e Nancy, as outras mulheres que não se encaixam no perfil das *chic-ees* – empregadas da *Mode* dentro do padrão de beleza, por vezes más. Marc e Amanda descrevem o encontro como a versão bizarra de *Sex and the City*, comparando-as ao quarteto formado pelas mulheres que se tornaram referência cultural nos quesitos moda, beleza e elegância.



FIG 3 – *El cuartel de las feas* norte-americano: Christina, Nancy, Betty e Zelda.

Ao contrário do que acontece na novela *Yo soy Betty, la fea*, em que “el cuartel de las feas” se reúne com frequência, Zelda e Nancy só aparecem até o segundo episódio dessa temporada. Possivelmente, porque Betty não precisa daquele momento de reunião com seus pares no escritório – ela tem sua família e, embora fisicamente nenhum deles possa ser descrito como feio, todos têm uma “anormalidade” quando comparados aos personagens da *Mode*: Ignacio é um imigrante ilegal que pensa ter matado um homem no México; Hilda é mãe solteira e não tem planos para o futuro; e há dúvida sobre a preferência sexual de Justin. O que todos têm em comum e que os distingue dos demais personagens é a origem mexicana, diferença retratada nas roupas, no jeito de falar e até mesmo no que comem.

Há um mistério por trás da morte de Fey Sommers, ao menos é o que se observa pelo comportamento desconfiado de Bradford Mead – para ele, ela sabia demais sobre a empresa e não desapareceria tão facilmente. Mesmo morta, ela representa um fator de possibilidades na seriado. O piloto apresenta ainda um mistério que só será revelado na metade da primeira temporada, mas que já anuncia a presença de mais um personagem que quer atrapalhar a gestão de Daniel na *Mode* e fará parte do time de Wilhelmina. No entanto, tudo que sabemos até o momento é que esta pessoa está em processo de recuperação e que entra em contato com sua comparsa por telefone. Esses mistérios reforçam a idéia de que nada é o que parece ser, há sempre algo a mais por trás da capa da revista que chega às bancas.

Desde esse primeiro episódio, a família é um núcleo importante para Betty. Eles podem não ser perfeitos, ela e a irmã podem ser opostos (Hilda corresponde à idealização difundida nos Estados Unidos da mulher latina sensual – talvez até um pouco exagerada, pela quantidade de acessórios, por exemplo –, enquanto Betty está longe disso), mas, no fim, quando há um problema, essa família se une para enfrentá-lo. E é justamente a família que ajuda Betty em sua primeira missão na *Mode*: é olhando para uma foto com sua mãe que ela tem a idéia que irá salvar Daniel com a conta de Fabia – idéia que ele sequer presta atenção logo no início porque está seguindo o plano de fazer com que ela se demita. O papel de fada-madrinha, nesse caso, cabe a Christina, que encontra uma maneira de fazer com que a idéia de Betty para o layout de Fabia chegue até Daniel.

É também Christina que conta a verdade para Betty sobre sua contratação, como Bradford obrigou seu filho a empregá-la para que ele pudesse enfim resistir à tentação de dormir com as assistentes – nada a ver com sua competência ou suas habilidades. Só então Betty compreende por que nada do que ela faz agrada seu chefe e, ao mesmo tempo em que fica feliz por saber que Bradford Mead sabe quem ela é, decepciona-se por sua aparência ter sido determinante (a revelação é um momento chave para uma mudança no personagem: ela não é mais ingênua). Por fim, vem o grande teste de Daniel para a resistência de Betty: estimulado por Philippe, ele pede que ela substitua a modelo brasileira na sessão fotográfica de teste, já que elas têm o mesmo tom de pele – segundo o fotógrafo, ela desistiria antes de ir adiante. Só que ela aceita. A partir do momento em que ela entra no estúdio, trajando roupas curtas e coladas que lhe revelam o corpo, e coloca-se entre as modelos de verdade que a ignoram e continuam a posar, todos tentam segurar o riso até não poder mais. Claramente, ela não está confortável nessa situação e é motivo de zombaria – o que faz Daniel apiedar-se e mandar o

amigo parar. A humilhação e a crueldade da cena são tamanhas, que ele finalmente consegue que ela se demita.



FIG 4 – Betty é forçada a posar entre modelos.

A reviravolta começa após sua conversa com Justin, quando ele diz que a admira por ela ir atrás de seu sonho, mesmo com tantas dificuldades. Fortalecida, ela decide confrontar Gina e Walter, alegando que elas moram próximas demais e que ela não precisa desse sofrimento. É desse modo, invadindo a casa de Gina e flagrando-a com outro homem, que Betty descobre que sua vizinha apenas se interessava pelo desconto que Walter tem na loja em que trabalha para comprar uma televisão de plasma, o “relacionamento” já acabou. A apresentação que a equipe de Daniel planejou para Fabia fracassa – Philippe, de quem Daniel roubou a namorada tempos atrás (o drama é revelado por Amanda), uniu-se a Wilhelmina para se vingar – e é claro que o pai encontra mais uma oportunidade para se mostrar decepcionado (o sermão divide atenção com a aula de pilates), mas resolve lhe dar uma segunda chance.

Tanto Walter como Daniel vão até a casa de Betty para reparar o erro que cometeram, mas somente o segundo tem a chance de conversar e pedir desculpas, mesmo que recebido com sarcasmo. Ela lhe diz que, no final, ele voltará para casa, para sua vida perfeita e bela, e ela irá ficar sem emprego e com problemas que ele não pode entender. Para ela, os maiores problemas dele são em que restaurante comer ou qual modelo escolher, enquanto ela tem problemas “reais” para resolver, como o plano de saúde do pai ou pagar o aluguel no fim do

mês. Ele reconhece que não pode comparar os problemas dela com os dele, mas também que a vida não é fácil para ninguém, mencionando a morte do irmão Alex, preferido do pai, e que todos têm algo para enfrentar – no fim, a beleza não é tudo, mas a posição social pode chegar a ser. Ele acaba lhe oferecendo uma nova oportunidade, prometendo que tudo será diferente se ela aceitar ser assistente dele.

Na nova apresentação, Betty e Daniel estão lado a lado, falando sobre as idéias dela e não resta outra opção a Wilhelmina que não reconhecer que o plano deles é bom e que não será dessa vez que ela irá conseguir ser editora-chefe. Se Wilhelmina compreende que é em Betty que ela deve ficar de olho, Daniel finalmente entende que a sua melhor aliada na revista é sua assistente – que pode não ser bonita como as demais que ele teve, mas que está disposta a trabalhar para ajudá-lo (a ponto de deixar que ele leve crédito por sua idéia para ser bem visto pelo pai).

A última cena, antes que os dizeres em vermelho *Ugly Betty* tornem a aparecer, faz referência ao filme *O Diabo Veste Prada*, ao tocar a música *Suddenly I See*, de KT Tunstall, enquanto Betty caminha confiante (após um breve tropeço) e feliz com o resultado de seu dia. Lançados no mesmo ano (2006), o filme e o seriado têm em comum um personagem que é uma jovem idealista, com a pretensão de ser uma jornalista séria, que consegue uma chance em uma publicação voltada para a moda, mas que não corresponde ao padrão de beleza estabelecido, nem se interessam por esse universo. A diferença entre as duas é que Betty nunca terá o padrão físico e talvez incorpore o estilo de vida, enquanto Andy Sachs (Anne Hathaway) tem o padrão físico, só não havia incorporado o estilo de vida. Ao contrário do que acontece com Andy, que chega ao final do filme aceitando os termos de feminilidade vigentes e assume sua aparência bela, parece não haver interesse de que Betty Suarez passe pelo processo que desencadearia na transformação do feio em belo. Silvio Horta, responsável pela história da versão americana, disse:

A lot of Betty's growth is learning to deal with the reality of the workplace and the reality of this fashion world that is built on deception and lies and superficiality. She's able to effect her own change on these people.⁶¹

⁶¹ Tradução: “Muito do crescimento de Betty é aprender a lidar com a realidade do local de trabalho e a realidade desse mundo da moda que é construído em decepções, mentiras e superficialidade. Ela é capaz de promover sua própria mudança nessas pessoas.” – matéria de 15/08/2007, disponível em http://www.usatoday.com/life/television/news/2006-08-14-ugly-betty-inside_x.htm.

Se os produtores não têm a intenção de deixar Betty esteticamente bela no fim do seriado, isso não quer dizer que, em algum momento, o ambiente não a tenha “contaminado” de alguma forma a ponto de ser descrita como uma *Mode girl*⁶². No episódio *Betty's wait problem*⁶³, Marc e Amanda congratulam a colega por finalmente ser uma típica garota da *Mode* quando ela faz com que Gio seja demitido por ter colocado apenas três pedaços de tomate seco em seu sanduíche. Gio diz a Betty que achava ter encontrado ali “uma garota do bairro”, mas que agora percebe que ela é mais uma mimada da *Mode* e que, muito provavelmente, ela nem sabia o que era tomate seco antes de começar a trabalhar na revista. Betty fica horrorizada ao se dar conta de que ele pode ter razão (ela tem uma visão de Marc e Amanda lhe entregando flores sob chuva de prata enquanto usa uma coroa – só “desperta” quando Marc a beija na bochecha) e chega ao final do episódio convencida de que o universo da *Mode* a está afastando do sonho de ter sua própria revista com as distrações dos pequenos “dramas” de todos os dias, geralmente, envolvendo Daniel e a garantia de que a edição da revista será lançada sem maiores problemas.

Sem dúvida, Betty influencia as pessoas na *Mode* a ser melhores e a praticar o bem, principalmente Daniel, mas também os outros, como Amanda e Marc – no entanto, a dupla é incapaz de dizer que gosta dela e não pára de fazer piadas sobre sua aparência. O que a diferencia realmente são as crises de consciência⁶⁴, a exemplo de quando ela se encontra com a Betty do primeiro dia de trabalho, na ocasião de sua demissão⁶⁵. O otimismo e o riso fácil da Betty de poncho diferem da decepção da Betty que acaba de perder o emprego por ser pega mentindo para Daniel (ela não consegue entender como foi capaz de fazer coisas como invadir a casa de Wilhelmina ou enganar o chefe. A resposta “faz parte do nosso trabalho” não convence a garota cheia de boas intenções que sabe que não é esse tipo de pessoa). Acostumada com as jogadas do mundo fashion, a Betty do futuro avisa seu “eu do passado”: “você é uma ótima garota, mas é jovem e inocente e isso é muito mais complicado do que pensa”. A Betty de poncho responde que “se é tão difícil ser uma boa pessoa nesse lugar, então sua saída é uma boa coisa”. No restante do episódio, Betty faz um balanço sobre o seu

⁶² Segundo Amanda, *Mode girls* são “As Mulheres”, aquelas que acham as fraquezas de seus oponentes e as usam para alcançar seus objetivos.

⁶³ O terceiro da segunda temporada.

⁶⁴ Ignacio é constantemente uma fonte de bom senso para a filha. Quando ela tem a oportunidade de conseguir um visto para que ele retorne legalmente para os EUA através de um acordo com Wilhelmina, obrigando-a a esconder a verdade de Daniel, no episódio *Family/Affair* (o segundo da segunda temporada), Betty tem uma visão com o pai aconselhando-a a colocar a família em primeiro lugar. Ela questiona se o mais importante não seria dizer a verdade e ele conclui: “detesto ter criado você direito”.

⁶⁵ Oitavo episódio da segunda temporada, *I see me, I.C.U.*

primeiro ano na *Mode* e como esse ambiente de glamour e trapaças afetou a sua personalidade, chegando, até mesmo, a cogitar deixar de vez o trabalho quando Daniel decide recontratá-la. O cabelo, o aparelho, os óculos e as roupas que expressam seu gosto peculiar de se vestir, no entanto, permanecem inalterados.

6. Conclusão

O padrão de beleza feminina muda de acordo com as transformações dos papéis que a mulher ocupa na sociedade e costuma refletir um formato idealizado que se inspira no visual do momento. Com a ajuda dos meios de comunicação de massa, a ditadura da beleza ganhou status global, fazendo com que muitas mulheres se submetam a diferentes meios para realizar o desejo de ter certas medidas e determinado *look* – e, conseqüentemente, estar ela mesma em conformidade com o desejo coletivo de ter a aparência de determinada celebridade da moda.

Como nem mesmo as mais modernas técnicas são capazes de reproduzir a perfeição do cânone estético, a frustração feminina com as “imperfeições” é generalizada e ampliada pela constante exposição ao ideal de beleza, gerando baixa auto-estima em mulheres de diferentes segmentos, muitas nem mesmo dignas do adjetivo “feia”, submetidas a um processo comparativo de distribuição e avaliação em nome do consumo que divide os diversos tipos de corpos. Há, ainda, o perigo da padronização da aparência, sob o risco da perda da individualidade. Nesse sentido, o seriado *Ugly Betty* representa uma brecha na cultura que exagerou na devoção à beleza e agora dá sinais de querer rever sua norma.

Sem dúvida, a seriado merece ter destacado o diferencial⁶⁶ de construir detalhadamente a feiúra de seu personagem principal. A renegada feiúra mostra ser um bom negócio, algo fora do comum, considerando as belas mulheres que protagonizam outros seriados atualmente. Mas é válido dizer que, da forma como é construído, o feio é, na verdade, uma maneira de ressaltar essa garota em um universo onde a beleza manda, agrupa e exclui, tornando-a um tipo exótico. A repulsa tem relação com as situações grotescas, reconhecidamente fora de lugar, tornadas banais e ridículas pela produção em massa. O riso pode ser explicado pela natureza humana, da qual faz parte rir da desgraça alheia, pois representa o alívio por algo indesejável estar acontecendo com outra pessoa.

A versão americana da história de Betty reforça a desigualdade com que o “outro” é representado nos meios de comunicação de massa, revelando a disparidade econômica e cultural – sendo a cultura vista como fonte de identidade – entre os personagens do Queens e

⁶⁶ É claro que o seriado deve seu êxito à telenovela *Yo soy Betty, la fea*. Se em termos de público ou audiência *Ugly Betty* é um sucesso, isso se deve à genialidade do roteirista original, Fernando Gaitán, de usar um tema-chave. Em entrevista publicada no jornal *A Tarde* (29/06/2008), Jesús Martín-Barbero reconhece que “nas versões de *Betty*, o único aspecto que resta do original é o núcleo arquétipo da beleza oculta”.

de Manhattan, entre os descendentes de mexicanos e os “verdadeiros” americanos. A forma como os Suarez são tratados em comparação aos demais expõe a desigualdade com que as diferentes etnias que formam os Estados Unidos têm a oportunidade de dar voz às suas narrativas, projeções e histórias. Sua representação reflete as dificuldades com as questões de imigração nos EUA e o conturbado relacionamento entre americanos e seus “indesejáveis” vizinhos do outro lado da cerca (marco da fronteira entre os dois países).

Betty é exemplo de auto-estima para outras mulheres por demonstrar confiança em si mesma, ainda que situações embaraçosas e comentários de outros (fatores que originam drama) a perturbem. Não é que se ache bela nos critérios impostos pela norma, pois ela sabe que nunca será uma das modelos que aparecem na revista *Mode*, mas, para ela, ser verdadeira consigo mesma é a melhor opção e o que realmente torna as pessoas belas. A temática da beleza oculta está cada vez mais em alta na cultura pop, que a vem enaltecendo em filmes como *O amor é cego* – Hal (Jack Black) só se apaixona por Rosemary (Gweneth Paltrow) após uma sessão de hipnose que o faz ver as pessoas de acordo com sua “beleza interior”, para desespero de seu melhor amigo que percebe como ela é, na verdade, bem pesada e pouco atraente – e *Shrek* – a trilogia do famoso ogro prova que a beleza não é fundamental para se ter um final de conto de fadas.

Embora tenha o objetivo de subverter o consenso amplamente aceito de beleza, vista como harmonia da apresentação do corpo, já que a caracterização de Betty exagera no amontoado de sinais que constituem a sua feiúra, o seriado acaba reforçando-a. A atriz America Ferrera tem que passar por processo inverso ao que suas colegas são submetidas – ao invés de glamurização, é o “processo *bettify*” –, ela tem que ser “*enfeada*” para dar vida ao personagem – e a pergunta ainda sem resposta é: ser latino-americano é ser feio? Seu mérito, no entanto, é propor a beleza feminina sob a ótica de um outro tipo de harmonia: uma em que o “ser” seja mais importante que o “parecer” – a desarmonia da caracterização de Betty reforça isso, pois este é o mote da narrativa.

Não há bandeira ideológica no que diz respeito a uma possível conexão entre feiúra ou beleza indicarem virtude. O ambiente onde Betty está inserida, a Mead Publications (tanto na *Mode*, como na breve passagem pela *MYW*), é que pode ser descrito como feio por suas trapaças e jogo sujo, sem considerar de antemão a aparência das pessoas. Betty não dá sermão sobre a “beleza interior”, é guiada e guia os outros de acordo com a sua maneira de ver a vida. Mas

ver aquela figura deslocada em um lugar que tanto valoriza a beleza e o sucesso faz com que outras mulheres (aquelas que se sentem aberrações por não corresponder ao modelo de “mulher bonita” que aparecem em capas de revista, televisão e cinema) se identifiquem com ela, agrupando-se em torno da voz que fala sobre seus anseios.

O produtor executivo e criador de *Ugly Betty*, Silvio Horta, assegura que não há intenção de que Betty sofra alteração em sua aparência ao longo do seriado porque, mesmo sem a caracterização, ela ainda é um peixe fora d’água que nunca será uma supermodelo. Até aí, tudo bem, mas ela não vai aprender nada sobre moda enquanto trabalhar na revista? Vai continuar fazendo combinações cafonas e ser o patinho feio, alvo preferido das piadas dos colegas? Sem dúvida, a *Mode* já operou mudanças em Betty Suarez – ela mesma é a primeira a reconhecer que nunca imaginaria fazer coisas como mentir e roubar para realizar seu trabalho –, mas a escolha de seu guarda-roupa, por exemplo, vai ser sempre feita para que o fato de ser uma “intrusa” (assim como são vistos os mexicanos de forma geral nos Estados Unidos) seja realçado, mesmo que outros, como Hilda e Christina, tomem para si essa tarefa. De positivo, há a mudança que o personagem provocou nos demais personagens, como Daniel Mead, e o diálogo que ela propõe ao contestar a ditadura da beleza – ainda que, para isso, a seriado reforce o estereótipo da mulher feia, porém sem negar sua feminilidade (e sua origem latina na condição de americana).

REFERÊNCIAS

“**AS PESSOAS vêm a si mesmas na telenovela**”. A Tarde, Salvador, 29 jun. 2008. Revista da TV, p. 6.

AUDIÊNCIA de "**A Feia Mais Bela**" supera a do Oscar no México. Folha Online, São Paulo, 27 fev. 2007. Disponível em:
<http://www1.folha.uol.com.br/folha/ilustrada/ult90u68845.shtml>. Acesso em: 12 abr. 2007.

BRANDÃO, Izabel. **O corpo em revista: olhares interdisciplinares**. Maceió: EDUFAL, 2005.

BHABHA, H.K. **A questão do "outro": diferença, discriminação e o discurso do colonialismo**. In: HOLLANDA, Heloisa Buarque de (org.). Pós-modernismo e política. Rio de Janeiro: Rocco, 1991, p. 177-203.

CANCLINI, Néstor García. **Consumidores e cidadãos: conflitos multiculturais da globalização**. Tradução Maurício Santana Dias. 6. ed. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2006.

CORBIN, Alain; COURTINE, Jean-Jacques; VIGARELLO, Georges. **História do corpo: as mutações do olhar – o século XX**. Tradução e revisão Ephraim Ferreira Alves. Rio de Janeiro: Vozes, 2008.

ECO, Umberto. **A estrutura do mau gosto**. In: Apocalípticos e integrados. Tradução Pérola Carvalho. São Paulo: Perspectiva, 1987.

_____. **A Inovação no Seriado**. In: Sobre os Espelhos e Outros Ensaios. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1989.

_____. (org). **História da Feiúra**. Tradução de Eliana Aguiar. Rio de Janeiro – São Paulo: Record, 2007.

FROM America the beautiful to Ugly Betty. USA Today, Estados Unidos, 10 out. 2006. Disponível em http://www.usatoday.com/life/television/news/2006-10-04-betty-transform-sidebar_x.htm. Acesso em 15 jul. 2008.

GAMSON, Joshua. **Freaks talk back: tabloid talk shows and sexual nonconformity.** Chicago: University of Chicago Press, 1998.

IT'S a 'Bettification' Project. USA Today, Estados Unidos, 15 out. 2006. Disponível em http://www.usatoday.com/life/television/news/2006-10-04-betty-transform-main_x.htm. Acesso em 15 jul. 2008.

LYSARDO-DIAS, Dylia. **A Construção e a desconstrução de estereótipos pela publicidade brasileira.** Stockholm Review of Latin American Studies, Estocolmo, Nov. 2007. Disponível em: http://www.lai.su.se/gallery/bilagor/SRoLAS_No2_2007_pp25-35_Lysardo-Dias.pdf. Acesso em 19 out. 2008.

MACHADO, Arlindo; VÉLEZ, Marta Lucía. **El cuartel de las feas.** 2007 - XVI COMPÓS: Curitiba/PR, 2007, junho de 2007. Disponível em http://www.compos.org.br/data/biblioteca_262.pdf?PHPSESSID=4f1479aa51b0302ebc4d92700a4dcf79. Acessado em 13 de junho de 2008.

NARUYAMA, Akimitsu. **Freaks – aberrações humanas: a coleção de Akimitsu Naruyama.** Tradução Marta Jacinto. Editora Livros e Livros, 2000.

PALLOTTINI, Renata. **Dramaturgia na televisão.** São Paulo: Moderna, 1ª edição, 1998.

PEREIRA, Paulo Gustavo. **Almanaque dos seriados.** São Paulo: Ediouro, 2008.

PLOT: Pretty is as pretty does. USA Today, Estados Unidos, 15 ago. 2006. Disponível em http://www.usatoday.com/life/television/news/2006-08-14-ugly-betty-inside_x.htm. Acesso em 15 jul. 2008.

RUSSO, Mary. **O grotesco feminino – risco, excesso e modernidade.** Tradução Talita M. Rodrigues. Rio de Janeiro: editora Rocco, 2000.

SODRÉ, Muniz; PAIVA, Raquel. **O império do grotesco**. Rio de Janeiro: MAUAD, 2002.

Sites:

www.uglybetty.com

www.imdb.com

www.retrotv.com.br

Anexo

Imagens de outros episódios:



FIG 1 – Betty e a atriz Natalie Whitman – *The bunny and the box*, segundo episódio da primeira temporada.



FIG 2 – Betty produzida a la Queens (trabalho de Hilda e suas amigas) – *Queens for a day*, terceiro episódio da primeira temporada.



FIG 3 – Betty impede que Daniel e Alexis continuem brigando na frente dos repórteres – *Brothers*, décimo quinto episódio da primeira temporada.



FIG 4 – Versão adolescente de Betty servindo de escudo humano para suas colegas de escola em uma partida de baleado – *Jump*, décimo oitavo episódio da segunda temporada.

Apêndice A – Ligações entre os personagens

A família Suarez:



Ignácio Suarez (Tony Plana)



Hilda Suarez (Ana Ortiz)



Justin Suarez (Mark Indelicato)



Betty Suarez (América Ferrera)

A família Meade:



Daniel Meade (Eric Mabius)



Bradford Meade (Alan Dale)

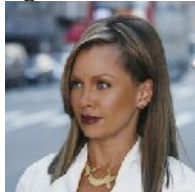


Claire Meade (Judith Light)

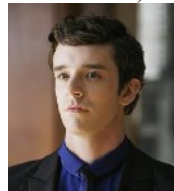


Alex/Alexis Meade (Rebecca Romijn)

Antagonistas na *Mode*:



Wilhelmina Slater (Vanessa Williams)



Marc St. James (Michael Urie)



Amanda Sommers (Becki Newton)

Amiga na *Mode*:



Christina McKinney (Ashley Jensen)

Interesses amorosos:



Walter (Kevin Sussman)



Henry Grubstick (Christopher Gorham)



Giovanni "Gio" Rossi (Freddy Rodriguez)