

## *Carta a nuestros lectores*

**L**a campaña presidencial de Vicente Fox en México interesa a Chasqui más que desde el punto de vista político, desde la perspectiva del proceso de la comunicación en el que el mensaje juega un papel determinante para la victoria electoral. ¿Hubo en la campaña de Fox un cambio radical del mensaje tradicional? Enrique Maza, periodista destacado de "Proceso" responde que no.

El análisis de Maza se complementa y contrasta con el de Alfonso Navarro que describe la visión política diferente de Fox que fue el atractivo de su campaña.

El Arzobispo en retiro Luis Alberto Luna Tobar, al que se lo considera guía moral del Ecuador, realiza una reflexión siempre necesaria sobre la relación entre ética y comunicación.

Muchos en América Latina se preguntan si los sondeos electorales son un instrumento confiable para aquilatar las diferentes corrientes de opinión pública, frente a los fracasos que este tipo de investigación han tenido, especialmente en los países europeos y latinoamericanos. Gabriel Colomé escribe sobre la experiencia española en este tema.

Betty la Fea es una telenovela que despierta preguntas de increíble interés, por haberse convertido en la serial de mayor sintonía en los últimos años, superando aun a las brasileñas. ¿Por qué impacta esta telenovela? Entre otras, esta es la pregunta a la que responde Iván Ulchur.

Hilda García Villa aborda una nueva forma de hacer periodismo: la de escribir para Internet. José Zepeda analiza los mecanismos que despliega la radiodifusión para renovar su programación, a fin de captar y mantener audiencias.

Finalmente, el mal uso del gerundio en la redacción periodística, es analizado por Simón Espinosa en nuestra sección de los errores más comunes en el lenguaje periodístico.

**CHASQUI**

### **Director General**

Edgar Jaramillo

### **Editor**

Luis Eladio Proaño

### **Consejo Editorial**

Washington Bonilla	Nelson Dávila
Lolo Echeverría	Héctor Espín
Luis Espinosa	Guadalupe Fierro
Florha Proaño	Francisco Vivanco

### **Consejo de Administración de CIESPAL**

Presidente, Víctor Hugo Olalla,  
Universidad Central del Ecuador  
Paulina García de Larrea,  
Ministerio de Relaciones Exteriores  
Gabriel Pazmiño,  
Ministerio de Educación y Cultura  
Juan Centurión,  
Universidad de Guayaquil  
Carlos María Ocampos, OEA  
Consuelo Feraud, UNESCO  
Luis Espinosa, FENAPE  
Florha Proaño, UNP  
Washington Bonilla, AER

### **Asistente de Edición**

Jorge Aguirre

### **Corrección de Texto**

Manuel Mesa

### **Portada, maquetación e ilustración**

[jmparedes@andinanet.net](mailto:jmparedes@andinanet.net)

Mateo Paredes

Boris Calle

### **Impresión**

Editorial QUIPUS – CIESPAL

### **Chasqui es una publicación de CIESPAL**

Apartado 17-01-584

Quito – Ecuador

Tel.: (593-2) 506149 – 544624

Fax (593-2) 502487

e-mail: [chasqui@ciespal.org.ec](mailto:chasqui@ciespal.org.ec)

<http://www.comunica.org/chasqui>

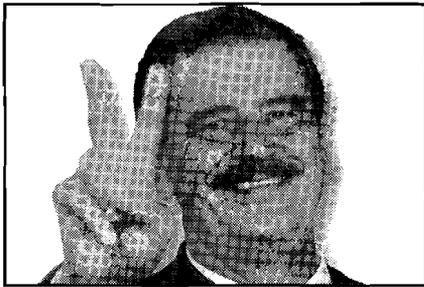
**Registro M.I.T., S.P.I.027**

**ISSN 13901079**

La colaboraciones y artículos firmados son responsabilidad exclusiva de sus autores y no expresan la opinión de CIESPAL.

**Todos los derechos reservados.**

**Prohibida la reproducción total o parcial del contenido, sin autorización previa de Chasqui.**



## PORTADA

- 4** **LO MISMO DE SIEMPRE**  
**FOX PRESIDENTE**  
Enrique Maza
- 12** **FOX**  
**UNA VISIÓN DIFERENTE**  
Alfonso Navarro



## OPINIÓN

- 16** **ÉTICA Y COMUNICACIÓN**  
Luis Alberto Luna Tobar

## ENSAYOS

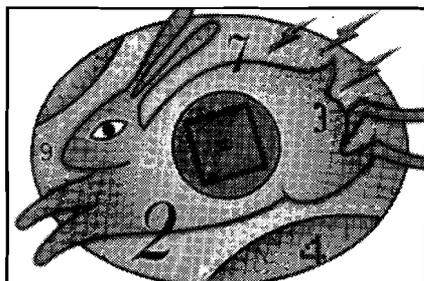
- INVESTIGACIÓN*
- 18** **SONDEOS DE OPINIÓN**  
**¿EL FRACASO DEL ORÁCULO?**  
Gabriel Colomé



- TELEVISIÓN*
- 26** **BETTY LA FEA: LA SUERTE**  
**DE LA INTELIGENCIA**  
Iván Ulchur



- PRENSA*
- 34** **PERIODISMO DE INTERNET**  
Hilda García Villa



- RADIO*
- 42** **LA PROGRAMACIÓN, EL DESAFÍO**  
**DE LA RADIO ¿SOLO MÚSICA,**  
**SOLO NOTICIAS O ALGO MÁS?**  
José Zepeda

- LENGUAJE*
- 48** **ERRORES COMUNES EN**  
**EL LENGUAJE PERIODÍSTICO**  
Simón Espinosa Cordero

- BIBLIOGRAFÍA*
- 50** **BIBLIOGRAFÍA SOBRE COMUNICACIÓN**

- TECNOLOGÍA*
- 56** **PERISCOPIO TECNOLÓGICO**

## ACTIVIDADES DE CIESPAL

- 60** **LO QUE PASÓ Y LO QUE VENDRÁ**



# **BETTY LA FEA:**

**La suerte  
de la  
inteligencia**



*Iván Ulchur Collazos* ■

¡Papi, papi, Betty "la fiera", ya es hora! me gritan todos los días mis "bettyfierólogos" parientes.

Entonces dejo cualquier obligación académica de alto voltaje "intelectual", no contesto el teléfono, me impaciento con alguna tos agripada, echo pestes al ladrido de nuestras perras y me apoltrono con toda la familia a ver esta telenovela colombiana que está sacando la cara por las caras consideradas feas.

Debo aclarar que antes oía vergonzosamente una que otra de esas radionovelas dedicadas a "la mujer de oficios domésticos". Después, con el agregado fascinante de la imagen televisiva, miraba con indiferente desdén a estos productos llamados "subliterarios" que consideraba triviales o cursis, poco aptos e indignos para entender nuestras "trascendentales" realidades. Pero, poco a poco fui dejando atrás el prejuicio masculino y me fui acercando con curiosidad a este fenómeno tan raizalmente latinoamericano, que ahora me siento como novia tímida esperando "con ansias locas" a su telenovelesco galán. Empecé con las telenovelas brasileñas, seguí con "Café, con aroma de mujer", me interesé por la musical "Escalona", veo "La Caponera", y estoy cómodamente aterrizado en este nuevo fenómeno industrial llamado "Yo soy Betty, la fea" cuyo guionista, Fernando Gaitán, es el mismo afortunado autor de "Café, con aroma de mujer". Para Gaitán, la telenovela latinoamericana es "el principal medio de expresión del continente, con más penetración que el cine, la novela o el teatro", ¿cómo les parece este "mesurado" juicio?

### **El peligroso encanto de Betty**

Confieso que soy un seguidor fiel de esta telenovela que prefiero llamar comedia telenovelesca y cuyo éxito creo que responde ante todo a las variaciones significativas de la fórmula tradicional: si bien existe una heroína bondadosa, modesta y pobre, ésta es tan poco agraciada como inteligente y laboriosa. Y ya sabemos que tradicionalmente las heroínas de telenovela podrán tener "poca sal en la mollera", pero esculturales sí son. Betty es considerada fea,

abiertamente inteligente y bella por dentro. Aunque algo que, viéndolo bien, el personaje no es tanto feo en el sentido deformante y "fierohorripilante" de este calificativo, cuanto poco sexual, desaliñado, torpe y de vocesita tembleque. Con ese capul o cerquillo charolado, esos lentes grandotes y el mal gusto en el vestir, Betty encarna más bien a una secretaria "nerd". Este es, por tanto, el quid del conflicto central. Betty Pinzón Solano no actúa como la cenicienta típica de los culebrones conocidos; es la muchacha de clase media, tirando a popular, cuya lucidez empresarial le ha brindado la oportunidad de coleccionar muchos diplomas y de descollar entre los hombres de negocios.

En un principio, la fealdad de Betty es motivo de burlas de todos los ejecutivos de la empresa. Con una crueldad ya estereotipada del discurso reductor de los galanes "machazos" y hasta del abiertamente "gay", Hugo Lombardi, ella es el objeto ridículo que genera comentarios despiadados sobre su falta de

*La telenovela  
latinoamericana  
es el principal medio  
de expresión del  
continente, con más  
penetración que  
el cine, la novela  
o el teatro*

atractivos físicos y su irremediable torpeza. Sin embargo, Betty se gana, por habilidad y sesos, el respeto de don Armando Mendoza y de Mario Calderón, los jefazos mujeriegos de la empresa Ecomoda. Hugo Lombardi, por otro lado, jamás modifica su discurso irrespetuoso y cruel contra Betty:

¿ Y esto (refiriéndose a Betty) qué hace aquí? Curiosamente, y aunque sea ya estereotipo el del homosexual como un ser sensible, Hugo desata toda su furia contra la fea puesto que él se considera el esteta, el creador, el poeta de las formas. La sensibilidad de Hugo es tal que no resiste -ni de lejos- a los poco agraciados. De hecho, el personaje de Hugo como el de Freddy, se encargan del toque de humor dentro de la novela; sin embargo, este tipo de humor negro en sus comentarios es sumamente revelador porque parte de premisas de irrespeto e intolerancia frente al otro.

***Porque se  
supone, desde  
el estereotipo  
occidental, que las  
mujeres han nacido  
para ser objeto de  
deseo de los cerebros  
masculinos***

### **Betty es el "hombre"**

En realidad, Betty es "el hombre" que salva a la compañía Ecomoda de la quiebra.

Porque se supone, desde el estereotipo occidental, que las mujeres han nacido para ser objeto de deseo de los cerebros masculinos. Sobre ella, pues, descansa el poder económico de la familia Valencia y Mendoza, dueños de Ecomoda. La capacidad financista de Betty seguirá creciendo hasta convertirse en el objetivo erótico del hombre que se hace pasar por empresario de éxito, don Armando Mendoza.

En un cierto momento, las inteligentes maniobras de Betty, incluido el "maquillaje" económico, en el campo de las finanzas de Ecomoda, reordenan el sistema jerárquico de la empresa: quien manda, organiza y lidera detrás de bastidores es Betty; por tanto, ella y su "novio" Nicolás Mora, gerentes de Terramoda, otra empresa subsidiaria, se convierten en potenciales fuentes de preocupación para Armando Mendoza y Mario Calderón, quienes son los únicos directivos que están al tanto del enorme poder de la fea. Ya que la sobrevivencia de Ecomoda depende de Betty, será preciso neutralizarla, garantizar su fidelidad total para con Armando Mendoza. Por tanto, es preciso, argumenta Mario Calderón, elaborar un plan para seducir a Betty. Tal plan funciona a las mil maravillas y de hecho, se asemeja más a las muy femeniles tretas de toda "femme fatale" que se respete, que a las conductas típicas de los galanes de culebrón.

### **Ejecutiva innata**

De este modo, la inteligencia de Betty demuestra ante el mundo masculino y macho que la competencia no reside sólo en la belleza de las triviales modelos, sino en su capacidad innata de ejecutiva. Aquí el enunciado tradicional es substituido por otro más actualizado y, si se quiere, feminista: la mujer

## *En realidad, Betty es "el hombre" que salva a la compañía Ecomoda de la quiebra*

preparada que enfrenta retos y exhibe recursos superiores a los del guapo, rico y neurótico galán don Armando Mendoza. Es, por consiguiente, una mujer amenazante a la que hay que controlar mediante las trampas del amor, echando mano de su lado más vulnerable: el emotivo, el que anhela el amor correspondido.

Betty sufre su complejo de fealdad desde su nacimiento. "Niña" sobreprotegida por unos padres que intentan preservarla de la crueldad pública, escarnecida previamente por un tipo que apostó a conquistarla, ella vive su trauma a medida que va al colegio y aguanta las burlas de sus compañeritos. Luego enfrenta su adolescencia con el dolor de verse marginada hasta de los bailes de quinceañeros y de los grupos de jóvenes universitarios que miran con desprecio su pinta de "matona" poco alhajita.

### **El cuartel de las chistosas**

Además, Betty "la fiera" tiene a su haber quizá el más poderoso de los mecanismos de defensa: es una humorista permanente, se ríe de su propia fealdad y es sumamente consciente de que en ese mundillo de la alta y aparente costura, ella es un monstruo, un ser desacomodado, una mujer marginada. Quizá por ello, por saberse al margen de toda evaluación bonita o despampanante, su humor la hace más lúcida y generadora de empatía. Betty tiene una alta conciencia de lo ridícula que resul-





Jorge Enrique  
Abello

ta su fealdad para los demás y también de la ridiculez implícita en aquel medio frívolo en el que trabaja. Por eso el contenido melodramático de este culebrón se disuelve con el humor autoirónico que celebra a cada rato Nicolás, su leal amigo y "novio de nómina" o de a mentiras y tan feo y torpe como Betty.

*El éxito internacional  
de esta comedia  
telenovelesca tiene su  
precio: la trampa del  
"rating"*

Nicolás, rígido como un robot, de voz nasal y chistoso, es el segundo peligro potencial para Mario y Armando. Manda imprimir tarjetas con el título de "gerente de Terramoda", se burla tiernamente de la fealdad de su admirada Betty y está enamorado ilusamente de Patricia Fernández, aquella que, insegura y pretenciosa, repite hasta la saciedad que ha hecho "seis semestres de Finanzas en la San Marino". Claro que el humor de Betty, a medida que la trama avanza hacia el noviazgo montado por Armando Mendoza, cede y cede, a medida que la heroína va dándose cuenta de la traición a sus afectos románticos.

### Las protagonistas

"El cuartel de las feas", está integrado por: Sandra, una mujer "jirafa"; Berta, la gorda; Sofía, una fea a quien una de las modelos le ha quitado su marido y su casa; Mariana, una morena picarona y una sensual y extrovertida Aura María; ellas son cinco dicharacheras mujeres que, actuando a modo de coro griego, desdramatizan a cada momento cualquier conato de tristeza a secas o de sentimiento desbordado. Su humor chismoso y entrometido



Ricardo  
Vélez

*¿Con qué nos  
identificamos  
entonces los que  
vemos esta comedia  
telenovelesca?*

establece la distancia necesaria para juzgar la manera convencional y reducida que tenemos de calificar o descalificar al otro. Víctima principal del "cuartel" es el personaje Patricia Fernández, -"la peliteñida"-, sueño imposible de Nicolás Mora. Patricia es la "barbie" de camafeo, estilo película gringa, que se caracteriza por un tic: sacude deliberadamente su pretendida cabellera blonda, siguiendo el código de la coquetería más desabrochada y resabida. Con ella estamos frente a un personaje saturado de arribismo, por su afán de aparentar y escalar (a cada rato



Lorna Cepeda

hace notar que es dueña de un Mercedes convertible, aunque le debe plata a todo el mundo); por su infatuación e hiper ridículización, la rubia Patricia Fernández es quizá el personaje más patéticamente risible de todo ese elenco de aparentadores.

Asimismo, circulan personajes cómicos como la pobre Berta, la "gordita chismosa" del "cuartel de las feas" que se la pasa trayendo y llevando rumores y que dice guardar dieta, mientras se esconde en un baño a embutirse de "junk food" o de comida chatarra. Alterna también Freddy "Estiuward" Contreras, personaje rebuscadísimo en su estilo de expresarse y de seducir a las mujeres. Freddy es el mensajero que siempre anda alegre y picoteador y quien con sus charadas contribuye a llenar de euforia y desenfado a esta hilarante historia.

"El cuartel de las feas" siempre "se acuartela" en su papel de contraparte histriónica a todo lo que pasa a su alrededor. Sus movimientos son simultáneamente colectivos y payasescos. Se juntan para provisionarse de chismes y hasta para pronunciar unánimes exclamaciones de pretendida sorpresa.



Mario Dmarte



## Identificaciones y distancias

En Ecuador, el canal Gamavisión, apuntala la sintonía con un programa llamado "El especial" en el que, además de invitar a los actores de la telenovela colombiana a hacer gala de sus papeles y de su vida real, se organiza un concurso de Yo soy Betty, la fea. No faltan tres o cuatro concursantes que, ataviadas a lo Betty, deben dramatizar una escena previamente escogida.

Y me pregunto, ¿qué lleva a esas jóvenes y hasta niñas concursantes a correr el riesgo del ridículo? ¿Lo hacen sólo por dinero? o ¿quieren identificarse con esa mujer monjil cuyo drama más esencial reside en un diario que escribe y en el que consigna sus vivencias más recónditas?

¿Con qué nos identificamos entonces los que vemos esta comedia telenovelesca? No tanto quizá con la desfachatez banal que caracteriza el mundillo "jet set" de las revistas de modas y las páginas sociales, inalcanzable para la mayoría, sino con este otro feo, sufrido y maltratado "yo", representado en Betty y que, a la larga, saldrá reivindicado y triunfante. Otros serán aliados del discurso machista y falso de Armando y Mario Calderón, de su cinismo

en el manejo de los afectos con el fin de salvar a su compañía. Algunos opinarán que esta telenovela perpetúa el estereotipo de la mujer que, tarde o temprano, tendrá que "despojarse" de su fealdad para poder hacerse merecedora del amor de don Armando, el simulador. Para ello, el juego último del relato sería entre el papel "feo" de la actriz Ana María

Orozco y su transformación real en la bella actriz de oficio que es. Hasta este momento no podemos saber la resolución de este simulacro, de este juego de dobles.

Ni tampoco podemos adelantar si don Armando Mendoza, a la final de la obra, terminará identificándose enamoradamente con aquella Betty soñadora de su diario íntimo, para mostrar que las feas también tienen suerte con los guapos galanes.

***La violencia no es protagonista en esta telenovela como sucede en La Caponera***

## *El contenido melodramático del culebrón se disuelve con el humor autoirónico*

### **De la violencia como estereotipo**

La violencia no es protagonista en esta telenovela, como sí sucede en *La Caponera*, otra telenovela colombiana de alto "rating", basada en un guión- el gallo de oro- del escritor mejicano Juan Rulfo en la que el conflicto central está atravesado por las luchas rurales en torno a las peleas de gallo y las pasiones amorosas derivadas de la venganza y el odio. Con *Yo soy Betty, la fea*, el mundo de la moda y de la sofisticación cosmopolita exporta otra imagen de Bogotá y de Colombia, aquella de los conciertos y las exposiciones de Picasso y Botero. Aquella que muchos colombianos reclaman como necesaria para evitar percepciones maniqueas. En este sentido, *Yo soy Betty, la fea*, intenta romper el estereotipo cultural de Colombia, para replantearlo con una imagen que acaso suene ajena y alienante para los que se empeñan en perpetuar prejuicios y en ver monocromáticamente nuestras complejas sociedades. Esta es una "historia blanca" de contralectura a la abundante e innegable serie de signos violentos y terroríficos que han azotado por muchas décadas al país norteño.

### **Cría fama y échate a la propaganda**

Desafortunadamente, el éxito internacional de esta comedia telenovelesca tiene su precio: la trampa del "rating". La trama no avanza mucho, como si no pudiese adelantarse al desarrollo temático de la misma telenovela que se ve simultáneamente en

Colombia. Las peleas de oficina y los dimes y diretes se repiten tanto como los "flashbacks" con los que Betty recuerda el engaño amoroso de don Armando. Todos, apachurrados en nuestra cómoda cama, mientras ya intuimos -o mejor, deseamos- el final de dulce y catártica "venganza" de la fea, hemos empezado a sufrir el desgaste del guión, y ahora masticamos rabiosamente las propagandas que resultan tediosas y descaradamente manipuladoras. A lo mejor, hemos sido burlados como el corazón romántico y "rosa" de Betty, y sí sabemos, a ciencia cierta, que la publicidad nos ha tomado, so pretexto de una historia de amor laboral diferente y que ciertos canales se habrán salvado de la quiebra con tan descarado y "feísimo" despliegue propagandístico.

Ya a estas alturas de la telenovela ni siquiera las *Sardinas Real*, recomendadas para mejorar la memoria, ni "la papa con sabor a papa y la yuca con sabor a yuca", pregonadas por el personaje Paco Aragón, nos permiten recordar las tantas publicidades que nos embuten y nos asquean. Tampoco sé qué tan importante es saber que, según la revista *Domingo* del diario ecuatoriano *Hoy* (agosto de 2000) "el costo de treinta segundos de publicidad en el horario estelar de telenovelas gira en torno a los 60.000 dólares", si *Yo soy Betty, la fea* está regia y la requetepublicitada mantequilla Regia, también.

Con todo, *Yo soy Betty, la fea*, innova positivamente a un género latinoamericano por excelencia que ya hace mucho tiempo dejó de ser diversión de amas de casa ociosas para convertirse en industria boyante y en una representación genuina de nuestro imaginario cotidiano. ●