

# fator mediador na recepção televisiva: anglos-americanos e hispânicos nos EUA interpretam *True Colors*

Cultural norms as mediating factors  
in television reception: Hispanic and Anglo  
interpretation of *True Colors*

*Antonio C. La Pastina, M. A.\**  
*Ilya Adler, Ph. D.\*\**

\* Doutorando na Universidade do Texas em Austin.

\*\* Pesquisador na Universidade Autónoma do México.

## Resumo

Neste estudo, procuramos mostrar a influência de normas culturais salientes na mediação de um texto televisivo. Utilizando como estímulo uma comédia de costumes norte-americana, entrevistamos 42 hispanos e 19 anglos residentes na região metropolitana de Chicago. Conforme previmos, normas culturais mostraram-se importantes mediadores na recepção do texto.

*Palavras-chaves:* recepção, identidade cultural, mediação

## Abstract

In this study we analyzed the influence of salient cultural norms in the interpretation of a television text. Using as a stimulus a situation comedy, we interviewed 42 hispanics and 19 anglos living in the metropolitan Chicago. As we predicted, cultural norms appear to be important mediating factors in the reception of the text.

*Key words:* reception, cultural identity, mediation

**A** discussão sobre o potencial dos meios massivos na promoção da hegemonia cultural e na homogeneização da cultura já se estende há alguns anos. Alguns estudiosos apresentam uma visão bastante clara: com o crescimento da “aldeia global” e o aumento dos monopólios na produção cultural, limitando, portanto, a variedade de filmes, programas de televisão, músicas, livros etc., consumidos por uma audiência mundial cada vez maior, as conseqüências culturais deveriam indicar para maior semelhança entre esses consumidores. Como as mensagens hegemônicas refletem os valores norte-americanos, o lugar com a maior concentração de produção e distribuição de mensagens, como conseqüência deveria haver uma maior americanização em todo o mundo (TURNSTALL, 1977; SCHILLER, 1969; MCPAIL, 1978; SMYTHE, 1981; OLIVEIRA, 1990, entre outros).

Nos Estados Unidos, os meios de comunicação de massa, especialmente a televisão, são vistos como uma ferramenta para facilitar a integração e assimilação de minorias e imigrantes na sociedade dominante. Vários estudos mostram uma relação entre consumo da mídia dominante e a adoção de valores da cultura dos Estados Unidos (KIM, 1988). Em outros países, alguns estudos de audiência mostram a influência da televisão como agente do processo de “americanização” (MONTROYA MARTIN DEL CAMPO e REBEIL CORELLA, 1986), enquanto outros estudos mostram uma relação positiva ou negativa entre assistir programas dos Estados Unidos e atitudes sobre a vida e preferência por valores daquele país (GEUN KANG e MORGAN, 1988).

Estes estudos seguem o modelo teórico da passividade das audiências, que leva a uma suscetibilidade a efeitos mais fortes ou mais fracos decorrentes dos meios massivos. Este paradigma pro-

põe ainda que as audiências compreendem e internalizam o conteúdo dessas mensagens de forma similar, condição necessária, mas não suficiente, para presumir efeitos homogenizantes.

Em oposição a este paradigma de passividade, vários outros estudos propõem um modelo que considera as audiências como ativos processadores de informação, cuja formação cultural, experiências de vida e necessidades psicológicas possibilitam que derivem diferentes significados de um mesmo estímulo. Morley (1980), citando James Halloran (1970), explica esta posição:

Pensamos em termos de interações ou intercâmbio entre um meio e a audiência, e reconhecemos que cada telespectador interage com a mensagem através de um complicado equipamento processador (p.7).

Na América Latina, vários estudiosos vêm analisando a questão da mediação do texto, especialmente Jesus Martin Barbero (1987, 1988, 1992), Jorge Gonzales (1987) e Nestor Garcia Canclini (1988). Para uma revisão de estudos de audiência na América Latina que seguem esta linha de análise, veja McAnany e La Pastina (1994).

Neste estudo, estamos particularmente interessados em como a cultura, compreendida como uma visão básica de mundo, media o processo de interpretação de programas televisivos de entretenimento. O objetivo é tentar avaliar possíveis diferenças na interpretação de um texto televisivo por diferentes grupos étnicos e verificar se essas leituras obedecem a normas e valores culturais básicos do telespectador.

Este estudo compara a interpretação apresentada por latinos e anglo-americanos residentes na região metropolitana de Chicago de um episódio da comédia de costumes *True Colors*, um programa que lida com o casamento inter-racial entre um dentista negro e uma professora branca, ambos com filhos de casamentos anteriores. A escolha deste estímulo deve-se à grande importância dada ao tópico (casamento inter-racial e relações raciais) nos Estados Unidos.

Teoricamente, estamos testando como a cultura afeta a interpretação de um programa por anglo-americanos e latinos. O termo "cultura" é problemático, uma vez que devemos, antes de mais nada, definir elementos em cada cultura que (a) sejam salientes na cultura e (b) sejam diferentes entre as duas.

## Estudos anteriores

Existem poucos estudos enfocando a reação de telespectadores a programas televisivos, e um número ainda menor que analisa o impacto da cultura na interpretação desses textos. O trabalho de Katz e Liebes (1984), *Decoding Dallas*, documenta como as forças da cultura moldam a recepção de um programa popular norte-americano por grupos étnicos fora dos Estados Unidos. Katz e Liebes contrastaram quatro grupos étnicos diferentes em Israel e um grupo de controle dos Estados Unidos e mostraram que cada grupo tende a utilizar suas próprias matrizes culturais para compreender o programa. Este estudo oferece evidências substanciais que mostram que a visão de mundo das audiências, isto é, os valores básicos de sua cultura, têm um papel decisivo na forma como o telespectador interpreta as intenções e as idéias expressas no programa.

Audiências fora dos Estados Unidos, independente do sentido que atribuíram a *Dallas*, viram esse programa como uma imagem realística dos EUA. O grupo norte-americano, no entanto, viu este programa como um jogo, como arte e ficção, pertencente ao mundo da televisão, e certamente não como reflexo da vida nos EUA. Este resultado também foi encontrado por Massing (1984), que comparou as interpretações que alemães e norte-americanos apresentaram sobre *Dallas*. Onde alemães viram a confirmação da vida cotidiana, norte-americanos viram uma “*soap opera* que permitiu que eles fantasiassem e exercitassem sua criatividade e predileções”.

Audiências nos EUA mostraram ainda a tendência a se engajar na análise estrutural do programa, utilizando uma visão internalizada do que funciona e do que não funciona no mundo da televisão, o que é permissível, o que é típico etc. Nos estudos mencionados, audiências representativas dos grupos dominantes dos EUA apresentaram uma distância crítica do texto, mostrando um grande conhecimento da estrutura televisiva.

## Matrizes culturais anglos e latinas

Adler (1992a) descreve vários valores básicos que distinguem a cultura latina da cultura anglo. Naquele estudo, com base em entrevistas com uma variedade de subgrupos latinos, os autores tentaram definir valores culturais básicos compartilhados por esses grupos, e a extensão com a qual esses valores diferiam de valores da cultura anglo.

As diferenças básicas descritas naquele estudo estão estruturadas em dois eixos principais:

a) *Relações pessoais*. Latinos e anglos diferem na atenção que dedicam a relações pessoais. Ao passo que os anglos percebem o mundo em termos de características sociais e institucionais (ex.: crença na democracia), e levam diferentes valores e expectativas para diferentes esferas de atividade, os latinos percebem a vida em função das relações pessoais (ex.: a crença em um líder). Adler (1992b) justifica:

... latinos estão continuamente preocupados com relações pessoais, e buscam e absorvem o potencial das relações humanas. Todas as pessoas são vistas como amigos ou inimigos em potencial, e a vida é explicada muito mais em termos de personalidade do que respostas institucionais.

Os anglos, por sua vez, fazem fortes tentativas de isolar as considerações pessoais o máximo possível, preferindo contar com a justiça do sistema em vez de relações pessoais nas áreas da vida consideradas fora do domínio pessoal como trabalho, preferências políticas etc.

Essa orientação da cultura hispânica de ver a vida em termos de relações pessoais já foi rotulada com vários nomes, como personalismo (FITZPATRICK, 1981), e o conceito, mais inclusivo, de simpatia, descrito como um forte valor cultural hispânico, que “ênfatiza a necessidade de um comportamento que promova relações sociais agradáveis e suaves” (TRIANDIS et al., 1984). O efeito no processo comunicativo é que latinos, mais do que anglos, apresentam uma propensão maior para se engajar em comunicação afetiva e pessoal, e uma tendência maior para promover interações agradáveis e evitar conflitos ou mensagens que desapontam.

A crença na prioridade das relações pessoais como elemento fundamental para a obtenção de serviços e informações é constante em toda a América Latina e presente em todas as classes (LOMNITZ-ADLER e PEREZ-LIZAU, 1987). Estudos realizados nos Estados Unidos mostram que uma característica básica de gerentes hispânicos é a ênfase que colocam em sentimentos pessoais e a preferência por interações cara-a-cara em vez de telefone ou escrita (FERDMAN e CORTES, 1992). Em resumo, enquanto latinos dependem intensamente de relações pessoais, anglos mostram a tendência de compartimentar

mais essas relações e tendem a circunscrevê-las a atividades ou contextos específicos. Esta é uma razão pela qual, segundo Adler et al. (1992), latinos são geralmente vistos pelos anglos como os que misturam inapropriadamente questões pessoais com questões de trabalho, ao passo que os latinos vêem os anglos não apenas como aqueles que friamente segregam relações pessoais, mas que também negligenciam relações pessoais em função do trabalho ou de outras ocupações relacionadas a questões impessoais.

b) *Individualismo-coletivismo*. Esta dimensão já foi discutida por vários estudiosos como chave para a compreensão das diferenças entre grupos. Hofstede (1980) estudou quarenta países e encontrou diferenças entre essas nações quando avaliava esta variável. Por exemplo, os anglos são muito mais individualistas, ao passo que os latinos são muito mais coletivistas. Enquanto os anglos, em defesa do individualismo, sentem-se confortáveis e aprovam que uma pessoa se autopromova (e possivelmente esperam esta atitude), os hispânicos preferem manter uma atitude de promoção coletiva, especialmente em sua família e grupo de amigos. Adler et al. (1992), por exemplo, descreve como a palavra “ambicioso” evoca respostas diferentes entre membros da cultura dominante nos Estados Unidos (anglo) e no México: na primeira, descrever uma pessoa como ambiciosa é dar uma avaliação favorável (isto é: uma pessoa que acredita em si mesma, assertiva); no entanto, no México, denota uma avaliação negativa (isto é: egoísta, “uma pessoa que está apenas pensando em si mesma”). A expressão do coletivismo da cultura hispânica está centralizada ao redor da família extensiva, que é uma das “características predominantes do sistema familiar no México e talvez em toda a América Latina” (LOMNITZ-ADLER e PEREZ-LIZAU, 1987, p. 5). Comparando hispânicos nascidos nos Estados Unidos e anglo-americanos, Keefe (1984) percebeu que

os primeiros valorizam a presença física de familiares, ao passo que anglos se satisfazem com encontros intermitentes com membros da família suplementados por contatos telefônicos e cartas (p. 68).

Os marcantes contrastes entre estas duas dimensões geram diferenças no foco de atenção e nos modos de comunicação. Os hispânicos apresentam uma tendência maior para perceber relações pessoais e situações de vida de um ponto de vista familiar, ao

passo que os anglos apresentam uma tendência maior de concentrarem-se no indivíduo. Os hispânicos geralmente julgam pessoas pela sua participação como membros da família, na qual lealdade, preocupação e disposição para auxiliar são enfatizadas; os anglos, por sua vez, são mais propensos a notar esforços individuais, o sucesso individual como reflexo da popularidade do indivíduo que supera todos os obstáculos (GANS, 1980).

Outra diferença diz respeito a atitudes relacionadas a comunicação da verdade. Para os anglos, apesar da “verdade doer”, ela é vista como um importante ponto de honra. Pelos padrões anglos, a verdade é o que todas as pessoas merecem para que possam tomar uma decisão livre e autodeterminada. “The truth will set you free” (a verdade o libertará) é um axioma básico da cultura norte-americana. O conceito de *white lies* (mentiras inocentes) é visto como questionável, pelo menos na cultura anglo, principalmente quando associado ao trabalho (CONDON, 1985). A cultura latina, por sua vez, lida com o que Guerrero-Diaz (1961) chama de realidade interpessoal, na qual verdade por si só não é tão importante como o impacto que a comunicação dessa verdade terá sobre o ouvinte. O que os anglos chamam de *white lies* e avaliam negativamente, os latinos percebem como carinho (ADLER et al., 1992).

### **Atitudes sobre racismo**

Existe mais uma diferença importante nas matrizes cognitivas político-ideológicas que tipicamente diferenciam os anglos dos hispânicos, especialmente aqueles nascidos na América Latina e não nos Estados Unidos. Nos Estados Unidos, a ideologia política minimiza a existência de conflitos de classe, mas acentua os conflitos étnico/raciais. Ao mesmo tempo que existe uma discussão a respeito dos obstáculos que o racismo e o sexismo impõem a certos grupos, que serve como expiatório para a pobreza e os anseios, sonhos de ascensão social não realizados, existe pouca discussão a respeito das diferenças de classe e os obstáculos que essas diferenças impingem à realização das aspirações de mobilidade social.

A experiência hispânica na América Latina certamente não está isenta de racismo, mas, como Lomnitz-Adler (1992) escreve em seu estudo sobre o México, “nos Estados Unidos, negritude é marcada (negativamente) e a brancura ocupa a posição dominante; no racismo mexicano, é a brancura que é marcada (positiva-

mente) e o 'marrom' ocupa a posição de destaque" (p. 280). Ao contrário dos Estados Unidos, no México o racismo não é utilizado como uma justificativa para aspirações não realizadas, uma vez que este tipo de argumento afetaria a maioria da população. Por isso, os hispânicos nascidos fora dos Estados Unidos são aculturados para reconhecer e acreditar na importância da diferença de classes, mas em geral estão convencidos de que o racismo e a intolerância racial e étnica não são problemas-chaves na América Latina. Ao mesmo tempo, a experiência social de muitos latinos nos Estados Unidos tem sido aquela de perseguição étnica e racial, e estes aprenderam a enxergar a vida sob esse prisma. Acreditamos que a influência cultural teria um impacto mais prolongado e, portanto, esperamos que os hispânicos prestem menor atenção a questões raciais do que os anglos, mas esta questão precisa ainda ser testada empiricamente.

### Desenho da pesquisa

Um episódio da comédia de costumes norte-americana *True Colors*, que mostra um casamento entre uma mulher branca e um homem negro, foi mostrado individualmente para anglos e hispânicos. O episódio selecionado foi transmitido no dia 13 de janeiro de 1991, domingo, às 18 horas, na emissora Fox (em Chicago), e contava com Stephanie Faracy, Tina Lifford, Frankie Faison e Nancy Walker nos papéis principais. Neste episódio, uma jornalista negra informa ao dentista que o havia indicado para concorrer ao *Black Excellence Award* (prêmio para homenagear pessoas que trabalham ativamente pela comunidade negra), patrocinado pela revista na qual ela trabalha. Ao saber que ele está casado com uma mulher branca, a jornalista fica surpresa e perturbada e decide dizer à esposa que as chances do marido seriam afetadas caso o júri soubesse que ela é branca. Também deixa claro que sua carreira seria beneficiada caso seu candidato fosse o vencedor. O dilema da esposa é decidir se deve ir ou não à cerimônia. Temendo que sua presença prejudique as chances do marido, ela se finge de doente. Quando Ron percebe que ela está fingindo para favorecê-lo, ele deixa a cerimônia e volta para casa. O prêmio é entregue a outra pessoa, mas a união do casal e a decisão de enfrentar a resistência da sociedade às relações inter-raciais é reforçada, reiterando a moral do programa.

A técnica de entrevista focada foi utilizada como o instrumento básico de pesquisa. Este método, semelhante à técnica utilizada por Katz e Liebes (1984), permite uma compreensão maior de como os telespectadores decodificam a mensagem. As entrevistas seguiram as recomendações feitas por Morley (1980) para que os estágios iniciais da entrevista sejam não-diretivos e somente nos estágios subsequentes, após a construção de um vocabulário funcional, haja um aprofundamento de tópicos específicos.

Todos os entrevistados responderam a um número básico de questões, mas tinham liberdade para se estender em comentários ou trazer outros temas para a discussão. As questões básicas lidavam com (a) percepção geral e atitudes sobre o programa; (b) reação ao caráter da jornalista; e (c) reação à decisão da esposa de mentir para o marido. Estes tópicos foram escolhidos por representarem os dilemas morais presentes no episódio.

Todas as entrevistas foram transcritas e analisadas usando-se primeiramente um método atomístico sistemático para dividir as respostas em categorias discretas, tais como “esta é uma história de amor” etc. Testes de confiabilidade foram conduzidos em 10% dos casos, e, para todas as questões, o índice de concordância foi de 80%. A maior dificuldade na codificação das respostas, como é o caso na análise de respostas abertas, é que muitas vezes as respostas poderiam ser enquadradas em várias categorias ou simplesmente eram muito confusas para serem categorizadas. Os respondentes, em geral, mantiveram consistência em relação ao programa, isto é, se julgaram uma cena com base no impacto nas relações pessoais, mantiveram a tendência de julgar outros segmentos com o mesmo critério.

Para este estudo, um total de 42 latinos e 19 anglos foram entrevistados. A amostra de latinos foi formada por mexicanos e porto-riquenhos, e incluiu tanto aqueles nascidos nos Estados Unidos como no México ou em Porto Rico. Os anglos foram definidos como pessoas cujos ancestrais eram europeus protestantes, ou que fossem, pelo menos, a terceira geração de brancos nascidos nos EUA. O método de amostragem utilizado foi o de conveniência, usando um critério de distribuição da população por idade e ocupação. Para minimizar o problema na seleção da amostra, foram feitos esforços para que preenchessem a regra de estarem pelo menos uma pessoa removida do contato original utilizado para contatar o sujeito disposto a participar (ex.: amigo de um

amigo). As entrevistas foram realizadas no lugar de conveniência para o sujeito, usualmente em sua residência. As entrevistas foram realizadas em inglês ou espanhol, conforme desejo do entrevistado.

## **Resultados**

A primeira pergunta feita a todos os entrevistados pedia para que dissessem qual era a temática do programa. Tanto anglos como hispânicos fizeram referência a temas raciais, mas enfatizaram diferentes aspectos da questão. Anglos basicamente disseram que o programa era sobre casamento inter-racial; apenas 7,5% dos latinos deram essa resposta. Para 40% dos latinos o programa era sobre racismo e discriminação; ao revés, apenas 21% dos anglos viram o programa dessa forma.

As diferenças se acentuaram quando os respondentes foram perguntados se havia outros temas (o que mais?) no programa. Anglos basicamente reiteraram a resposta inicial: “A respeito de um casamento inter-racial”. Os latinos entrevistados apresentaram uma tendência a redirecionar sua atenção. Dessa forma, 25% introduziram a temática de relações pessoais (isto é: amor, tensões familiares) para melhor descrever o programa, ao passo que apenas um dos anglos entrevistados (5%) mencionou esse tema. Relações pessoais aparecem como um tópico de maior relevância para os hispânicos entrevistados.

## **Elementos utilizados para julgar o programa**

Apesar da maioria de respondentes dos dois grupos afirmar gostar do programa, houve uma grande distinção entre as justificativas apresentadas. Como previmos, os telespectadores hispânicos em nossa amostra reagiram principalmente ao conteúdo referente a relações pessoais. Aproximadamente metade dos latinos basearam sua avaliação em considerações pessoais, comparado com menos de um quarto dos anglos entrevistados (veja *Tabela 1*).

Os exemplos a seguir tipificam as razões apresentadas pelos hispânicos para gostarem do programa:

*Leandro*: “Bom, eu acho que ele fez a coisa certa, por que ele realmente queria que a esposa estivesse lá e mostra que realmente gosta dela. Ele a ama”.

*Susana:* “Eu gostei da forma como foi resolvido. Ele disse: ‘Nós ficaremos juntos mesmo que a sociedade não aceite, nós continuaremos tentando’”.

*Roberto:* “O que eu gostei é que eles ficaram juntos e não houve briga entre eles”.

*Sandra:* “Eu gostei... porque como ela (a esposa) disse, eles sabiam desde o começo o que iriam enfrentar, mesmo antes de se casarem. Portanto foi legal que terminasse desse jeito. Eles deixaram passar... Ele deixou o prêmio e ficou com ela como se dissesse: ‘Ela é mais importante’”.

Em contrapartida, entre os anglos entrevistados, a razão mais citada por gostar ou desgostar do programa estava relacionada à avaliação do roteiro, enfocando a qualidade do trabalho e do roteiro, ou como a temática foi abordada, levando em conta que era uma comédia de costumes. Os anglos, portanto, exibiram uma distância crítica, comparável aos críticos de televisão, em vez de uma leitura mais ativa, emocional e envolvida como a dos hispânicos. Veja os seguintes exemplos das respostas dadas por anglos:

*Dennis:* “Foi mais ou menos surpreendente... nos Estados Unidos é difícil discutir esse assunto e mais ainda discuti-lo de forma tão calma. Foi revigorante”.

*Lucy:* “Parece superficial para mim. Eu acho que é possível ter uma comédia e não tê-la toda amarrada em meia hora. Não é realístico. É como se em meia hora todos os problemas deles fossem resolvidos”.

*Cíntia:* “Acho que o programa em geral diz respeito à quebra de esteriótipos, tentando estender os limites do que é permitido na televisão. Mesmo que jogando os tabus na cara das pessoas para chocá-las e fazê-las rir ao mesmo tempo... o programa todo é uma caricatura do jeito que as pessoas realmente são, e essa é uma característica das comédias de costumes. Portanto eu acho que posso aceitá-la nesses termos ... eu acho que é positivo por que é bom para as pessoas ficarem um pouco perturbadas sobre assuntos que tentam evitar ou que por muito tempo a televisão tentou minimizar ou tornar mais fáceis de engolir”.

Tabela 1: Elementos utilizados para avaliar o programa

	Anglos	Hispânicos
Análise do script	36%	3%
Relações sociais	21%	45%
	N=29	N=42

### **Autopromoção: percepção sobre uma jornalista ambiciosa**

Nas perguntas sobre a jornalista negra, que explicitamente afirmou que sua carreira estaria em jogo se Ron (o dentista negro e seu candidato) não ganhasse, apesar da maioria dos respondentes terem achado o personagem desagradável (ela era a *vilã* da história), as explicações novamente indicaram diferenças significativas entre anglos e latinos. Foram três as justificativas apresentadas:

#### *a) Criação e tradição*

A motivação da personagem e seu comportamento se justificavam com base em sua criação e tradição, segundo vários latinos entrevistados. Estes respondentes deixaram claro que apesar de não concordarem com a posição da jornalista, podiam compreendê-la por que achavam que seu comportamento se devia à forma como foi criada. Conforme explicou Pablo, um dos respondentes latinos:

Temos que compreender que ela se sentia daquela forma por que foi criada com uma certa mentalidade, e assim todas as pessoas na revista que promovia o prêmio por excelência.

Podemos argumentar que os latinos, vindos de uma tradição coletivista, são mais compreensíveis se acreditam que as pessoas estão se comportando conforme suas tradições. Os anglos, por sua vez, vindos de uma cultura que investe mais no indivíduo do que no grupo (GUDYKUNST e KIM, 1988), apresentam uma tendência menor de aceitar a tradição como uma justificativa para o comportamento individual.

#### *b) Autopromoção e moralismo*

Apesar de anglos e hispânicos da amostra terem considerado a jornalista como uma pessoa basicamente motivada por suas pró-

prias ambições profissionais, houve diferenças claras na análise dessas posições.

Apesar de muitos anglos não considerarem a jornalista como moralmente exemplar, esses telespectadores adotaram uma posição mais pragmática em relação às motivações da jornalista, considerando que “era apenas um negócio”, ou justificando o comportamento porque “todo mundo está aí fora jogando o seu próprio jogo”. Em síntese, os anglos se mostraram compreensíveis mas não apoiaram a postura da jornalista.

Os latinos, por sua vez, mostraram a tendência de ver seu comportamento como até mesmo anti-social, egoísta e foram muito mais moralistas e críticos. Repetidamente apresentaram avaliações negativas dos esforços da jornalista para subir em sua carreira sem se preocupar com questões éticas e morais. Muitos latinos disseram que a jornalista estava se aproveitando da situação, que era traiçoeira e não se preocupava com os demais, mesmo quando concordavam com uma visão mais pragmática apresentada pelos anglos de que a jornalista estava apenas tentando progredir na carreira.

Em geral, a diferença nas respostas estava no tom e na ênfase dada ao dilema da jornalista de promover o seu objetivo de ascensão profissional ou ser moralmente correta (isto é: dizer a verdade, aceitar a esposa mesmo que pudesse prejudicar a chance de seu candidato etc.).

### *c) Comunicação sexual*

Surpreendentemente, um número significativo de respondentes disse que a jornalista estava se insinuando para o dentista. É importante mencionar que no episódio, quando a jornalista conversa com o dentista Ron, ela toca no braço dele de uma forma amigável. Não antecipamos nenhuma diferença nesta dimensão, mas encontramos leituras distintas não apenas como decorrência da etnia mas também do gênero.

Apenas mulheres, e praticamente mulheres anglo, comentaram espontaneamente o assunto. Cerca de 50% da nossa amostra de mulheres anglo (apenas uma mulher de nossa amostra latina mencionou esse tópico) disseram que havia uma tensão sexual, um flerte entre a jornalista e o dentista, ou porque ela se sentia atraída por ele ou por que estava com ciúmes por que ele estava casado com uma mulher branca. Alguns exemplos das justificativas dadas:

*Cíntia:* Bem, primeiro eu achei que estava imaginando, porque afinal é um programa familiar, mas pensei que existia uma leve tensão sexual, ou um pouco de ciúmes que ela sentia por causa dele. Quando o programa terminou eu pensei “acho que não imaginei”. Achei que eles queriam que isso estivesse no programa.

*Susan:* Ela tinha tesão por ele. Do jeito que ela tocava nele. Ela tinha ciúmes dele. Ela sabia que não tinha nada de mais na situação mas o problema era ela.

Com a exceção de uma mulher porto-riquenha, criada nos Estados Unidos, nenhuma mulher latina percebeu nenhuma interação sexual entre a jornalista e o dentista. Talvez, como Kochman (1981) e Adler et al. (1993) mencionam, em geral os anglos são mais rápidos na interpretação do toque entre uma mulher e um homem como sexuais, especialmente quando não são amigos íntimos. Outros grupos, como os hispânicos e os afro-americanos, em geral, tocam outras pessoas sem uma conotação sexual, seja entre pessoas do mesmo sexo ou do sexo oposto.

### **A verdade *versus* suas conseqüências**

Como já foi mencionado, estudos anteriores mostram como normas culturais diferem na comunicação da verdade. Se o que Diaz-Guerrero afirma é verdade (veja citação anterior), podemos esperar que os hispânicos serão mais tolerantes e concordarão com a decisão da esposa de mentir para o marido, uma vez que fez isso por amor e visando favorecer a carreira dele. O conceito de “verdade pessoal” desenvolvido por Diaz-Guerrero se aplica neste caso. Por outro lado, os anglos deverão perceber esta mentira bem intencionada como um infringimento no direito do indivíduo de autodeterminação. Faltar com a verdade é uma violação séria do contrato moral entre marido e mulher na cultura anglo. Previsivelmente, houve diferenças acentuadas entre as reações dos dois grupos em relação à decisão da esposa de fingir que estava doente (veja *Tabela 2*).

## Tabela 2: Verdade objetiva versus verdade interpessoal

O marido deveria ficar bravo com a esposa por ela ter mentido/omitido informação?

	Anglos	Latinos
Não deveria ficar bravo	19%	67%
Deveria ficar bravo	81%	33%
	N=19	N=42

A maioria dos anglos acredita que o marido deveria ter ficado bravo com a esposa por ela ter mentido para ele, mas os hispânicos, na proporção de dois para um, acreditam que o marido não deveria ficar bravo. Os respondentes anglos ficaram claramente frustrados com o que perceberam como uma grande falha no relacionamento do casal e enfatizaram o fato de que a mentira da mulher refletia problemas no relacionamento. Respostas típicas dos respondentes anglos foram:

Cíntia: “Eu ficaria (brava com ela). Essa é a coisa que eu menos gosto neste programa, porque a esposa branca mentiu duas vezes, e eu não acredito que devemos mentir para as pessoas, mesmo que isso vá ajudá-las”.

Mike: “Deveriam se comunicar um pouco mais sobre o assunto por que é muito importante na vida deles... portanto, eles deveriam ser capazes de se comunicar melhor, pelo menos sobre esse assunto”.

Os hispânicos, por sua vez, mostraram a tendência de julgar as intenções da esposa e viram nela uma pessoa carinhosa e prestativa. Respostas típicas:

Carlos: “Não acho que ele deveria ficar bravo. Acho que deveria ficar orgulhoso porque ela estava disposta a se sacrificar por ele... Ele deveria ficar orgulhoso por que ela estava se sacrificando por ele, pelo seu benefício”.

Maria: “Não, eu acho que ele entendeu por que ela fez isso. Ela estava pensando nele, ela queria que ele ganhasse o prêmio”.

Julio: “Não, eu não acho que ele deveria ficar bravo por que ela não estava fazendo isso porque não o amava, ela estava fazendo isso justamente porque o amava e simplesmente queria que ele ganhasse o prêmio”.

É importante notar que apesar das diferenças nas justificativas apresentadas pelos dois grupos, que estão de acordo com normas e valores culturais, ambos explicaram suas posições em relação à manutenção de fortes laços matrimoniais. Quando os respondentes anglos criticaram a decisão da esposa, assim o fizeram porque previam que essa atitude prejudicaria o casamento. Para esses telespectadores, a decisão da esposa de mentir para o marido mina o direito do marido de decidir por si mesmo o melhor caminho para resolver o problema (refletindo a forte inclinação da cultura para respeitar e defender o direito do indivíduo de autodeterminação), e isto, por sua vez, acabaria minando a relação. A justificativa dos telespectadores latinos em defender as ações da esposa foi igualmente baseada na forte crença de promover o relacionamento.

Talvez como esposa eu me sacrificasse dessa forma. Acho que a maioria das mulheres sacrificaria a oportunidade de estar com ele por algo justo.

Outra respondente disse:

... se ela tivesse ido e ele perdesse o prêmio (por ela ser branca), ela se sentiria muito culpada. E ela não queria ser a causa dele perder o prêmio.

## Conclusões

Podemos derivar duas conclusões importantes deste estudo: 1) existem distinções nos padrões culturais utilizados por hispânicos e anglos para processarem um programa como *True Colors*; 2) interpretações e avaliações claramente invocam valores culturais básicos e elementos culturais centrais na percepção do mundo.

Os hispânicos preponderantemente (a) dedicaram maior atenção a aspectos pessoais do programa, (b) mostraram-se mais envolvidos no programa, e (c) viram e julgaram os personagens em termos de suas obrigações familiares. Os anglos, por sua vez, (a) mostraram-se menos engajados e mais analíticos na forma de assistir o programa, (b) viram os personagens em termos do direito de escolher e tomar decisões individualmente, e (c) foram menos críticos quanto aos personagens que estavam simplesmente promovendo suas próprias necessidades.

O conteúdo sexual foi percebido por um número significativo de mulheres anglo, e por nenhum outro grupo, mostrando ainda uma surpresa que possivelmente não constava da proposta do programa. Não havíamos previsto este resultado, mas ele sugere uma diferença importante. Talvez a sensibilidade histórica em relação à sexualidade entre homem negro e mulher branca nos Estados Unidos não seja parte dos esquemas sociais hispânicos, explicando esse resultado.

Finalmente, contrário a nossas hipóteses, os hispânicos notaram o conteúdo racial assim como os anglos, mas a temática do problema racial era diferente entre anglos e hispânicos. Estes disseram que a temática do programa era a discriminação “ao contrário”, ao passo que os anglos disseram que o programa lidava com relações inter-raciais.

Em relação à questão teórica maior do processo de homogeneização, este estudo sugere que efeitos homogêneos não deverão ocorrer, considerando que as audiências utilizam seus esquemas culturais na interpretação de programas televisivos. Mostramos, ainda, que ao utilizarmos características culturais básicas de grupos étnicos, podemos prever, em algumas circunstâncias, atitudes específicas em relação a personagens e ao comportamento desses personagens.

De qualquer maneira, esta pesquisa não é conclusiva, uma vez que podemos argumentar que vários hispânicos apresentaram respostas “de anglos”, e, vista desta forma, a teoria de homogeneização não pode ser refutada. Mas considerando que todos os telespectadores são residentes dos Estados Unidos, e, portanto, todos estão expostos à cultura norte-americana, as diferenças encontradas são significativas e comprovam que a cultura é uma força humana resiliente.

#### REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ADLER, I.; MAVRELIS, J. e KOCHMAN, T. (1992). *Hispanic-Latino/Anglo Culturally Based Patterns of Difference*. Chicago: Kochman Communication Consultants.
- ADLER, Ilya (1992b). *Personal Communication*.
- BALL-ROKEACH, S. e CANTOR, M. G. (1986). *Media, Audience and Social Structure*. Beverly Hills, CA: Sage Publications.
- CONDON, J. (1985). *Good Neighbours: Communicating with the Mexicans*. Maine: Intercultural Press.

- DIAZ-GUERRERO, R. (1961). *Estudios de Psicología del Mexicano*. Mexico, D.F.: Antigua Librería Robledo. Citado em Condon, J. (1985). *Good Neighbours: Communicating with the Mexicans*. Maine: Intercultural Press.
- FERDMAN, B. M. e CORTES, A. C. (1992). 'Cultural Identity Among Hispanic Managers in an Anglo Business'. In KNOUSE, Stephen B.; ROSENFELD, Paul e CULBERTSON, Amy L. (eds.) *Hispanics in the Workplace*. Newbury Park, CA: Sage Publications, Inc., pp. 246-277.
- FITZPATRICK, J. P. (1981). 'The Puerto Rican Family'. In MINDEL, Charles e HABENSTEIN, Robert (eds.), *Ethnic Families in America*. New York: Elsevier, pp. 189-214.
- GANS, H. (1980). 'The Message Behind the News'. In EMERY, Michael e SMYTHE, Ted Curtis (eds.), *Reading in Mass Communication*, pp. 7-15. Debuque, Iowa: Em. C. Brown Company Publishers.
- GARCIA CANCLINI, N. (1988). 'Culture and power: The state of research'. *Media, Culture and Society*, 10, 467-497
- GONZALEZ, J. (1987). "Los frentes culturales: Culturas, mapas, poderes y luchas por las definiciones legítimas de los sentidos sociales de la vida." *Estudios Sobre las Culturas Contemporáneas*, 1(3), 1-44.
- GEUN KANG, J. e MORGAN, M. (1988). 'Cultural Clash: Impact of U.S. Television in Korea'. *Journalism Quarterly*, Vol. 65, Number 2, Summer 1988, pp. 431-438.
- GREENBERG, B.; BURGOON, M.; BURGOON, J. K. e KORZENNY, F. (1983). *Mexican Americans and the Mass Media*. Norwood, NJ: Ablex Publishing Corporation.
- GUDYKUNST, W. B. e KIM, Y. (1984). 'Cultural Variations in Message Decoding'. In GUDYKUNST, W. B. e KIM, Y. (eds.), *Communicating with Strangers: An Approach to International Communication*. Beverly Hills, CA: Sage Publications.
- HOFSTEDE, G. (1980). *Culture's Consequences*. Beverly Hills, CA: Sage.
- KATZ, E. e LIEBES, T. (1984). 'Decoding Dallas: Notes from a Cross-Cultural Study'. In Newcomb, H. (ed.), *Television: The Critical View*. Oxford, NY: University of Oxford Press.
- KEEFE, S. E. (1984). 'Real and Ideal Extended Familism Among Mexican Americans and Anglo Americans: On the Meaning of 'Close' Family Ties'. *Human Organization*, 43(1), 65-70.
- KIM, Y. Y. (1988). *Communication and Cross-Cultural Adaptation*. Newbury Park, CA: Sage.

- LOMNITZ-ADLER, C. (1992). *Exits from the Labyrinth: Culture and Ideology in the Mexican National Space*. Berkeley, CA: University of California Press.
- LOMNITZ-ADLER, L. e PEREZ-LIZAU, M. (1987). *A Mexican Elite Family: 1820-1980*. Princeton, NJ: Princeton University Press.
- LULL, J. (1988). 'The Family and Television in World Cultures'. In LULL, James (ed.), *World Families Watch Television*, pp. 9-21. Newbury Park, CA: Sage.
- MARTIN-BARBERO, J. (1987). *De los medios a las mediaciones: Comunicación, cultura y hegemonia*. Barcelona: Editorial Gustavo Gili.
- MARTIN-BARBERO, J. (1988). 'Matrices culturales de las telenovelas'. *Estudios sobre las Culturas Contemporáneas*. 2(4-5), 137-163.
- MARTIN-BARBERO, J. (1992). 'Transformaciones del género: de la telenovela en Colombia a telenovela Colombiana'. In MARTIN-BARBERO, J. e MUNOZ, S. (eds.), *Television y melodrama: Género y lecturas de la telenovela en Colombia* (pp. 61-104). Bogotá: Tercer Mundo Editores.
- MASSING, H. H. (1984). 'Decoding 'Dallas': Comparing American and German Viewers'. In BERGER, A.A. (ed.), *Television in Society*, pp. 95-103. New Brunswick, N.J.: Transaction Books.
- MCANANY, E. G. e LA PASTINA, A. C. (1995). 'Pesquisa sobre Audiência de Telenovelas na América Latina: Revisão Teórica e Metodológica'. *Intercom*.
- MCPAHIL, T. L. (1978). *Electronic Colonialism: The Future of International Broadcasting and Communication*. Newbury Park, CA: Sage.
- MONTOYA MARTIN DEL CAMPO, A. e REBEIL CORELLA, M. A. (1986). 'Commercial Television as an Educational and Political Institution: A Case Study of Its Impact on the Students of Telesecundaria'. In Rita Atwood e Emile G. McAnany (eds.), *Communication and Latin American Society: Trends in Critical Research, 1960-1985*, pp. 143-161. Madison, WI: The University of Wisconsin Press.
- MORLEY, D. (1980). *The Nationwide Audience: Structure and Decoding*. London: British Film Institute.
- OLIVEIRA, O. S. (1990). *Brazilian soaps outshine Hollywood: Is cultural imperialism fading out?* Paper presented at the International Communication Association Conference, Dublin, Ireland.
- ROGERS, E. e KINCAID, D. L. (1981). *Communication Networks: Toward a New Paradigm for Research*. New York: The Free Press.
- SCHILLER, H. I. (1969). *Mass Communication and American Empire*. New York: Kelly.

- SMYTHE, D. W. (1981). *Dependency Road: Communications, Capitalism, Consciousness and Canada*. Norwood, NJ: Ablex.
- TRIANDIS, H. C.; MARTIN, G. e BETANCOURT, H. (1984). 'Simpatia as a cultural script of Hispanics'. *Journal of Personality and Social Psychology*, 47, 1363-1375.
- TUNSTALL, J. (1977). *The Media Are American: Anglo-American Media in the World*. London: Constable.
- VIDMAR, N. e ROKEACH, M. (1974). 'Archie Bunker's bigotry: How prejudiced people respond to anti-prejudiced propaganda'. *Journal of Communication*, 24 (1), 42.