

Universidade Federal de Ouro Preto

Instituto de Ciências Sociais e Aplicadas - ICSA

Programa de Pós-Graduação em Comunicação - PPGCOM

Dissertação

O FLUXO TELEVISIVO DO CANAL 5: uma forma cultural em Honduras

Julissa Lizeth Lizardo Gutierrez

Ouro Preto
2021



UFOP

JULISSA LIZETH LIZARDO GUTIERREZ

**O FLUXO TELEVISIVO DO CANAL 5:
uma forma cultural em Honduras**

Texto apresentado ao Programa de Pós-graduação em Comunicação da Universidade Federal de Ouro Preto (UFOP) como requisito parcial para a obtenção do grau de Mestre(a) em Comunicação.

Orientadora: Prof.^a Dr.^a Denise Figueiredo Barros do Prado

Area de Concentração: Comunicação e Temporalidade

MARIANA – MG

2021

SISBIN - SISTEMA DE BIBLIOTECAS E INFORMAÇÃO

G984f Gutierrez, Julissa Lizeth Lizardo .
O fluxo televisivo do Canal 5 [manuscrito]: uma forma cultural em Honduras. / Julissa Lizeth Lizardo Gutierrez. - 2021.
166 f.: il.: color., tab..

Orientadora: Profa. Dra. Denise Figueiredo Barros do Prado.
Dissertação (Mestrado Acadêmico). Universidade Federal de Ouro Preto. Instituto de Ciências Sociais Aplicadas. Programa de Pós-Graduação em Comunicação.

Área de Concentração: Comunicação e Temporalidades.

1. Difusão cultural - Honduras. 2. Estudos interculturais. 3. Globalização. 4. Nacionalização. I. Barros do Prado, Denise Figueiredo . II. Universidade Federal de Ouro Preto. III. Título.

CDU 316.77(728.3)

Bibliotecário(a) Responsável: Essevalter de Sousa-Bibliotecário ICSA/UFOP-CRB6a1407



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
UNIVERSIDADE FEDERAL DE OURO PRETO
REITORIA
INSTITUTO DE CIÊNCIAS SOCIAIS E APLICADAS
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO



FOLHA DE APROVAÇÃO

Julissa Lizeth Lizardo Gutierrez

O fluxo televisivo do Canal 5: uma forma cultural em Honduras

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Ouro Preto como requisito parcial para obtenção do título de Mestre em Comunicação.

Aprovada em 28 de setembro de 2021.

Membros da banca

Prof.(a). Dr.(a) Denise Figueiredo Barros do Prado - UFOP (Orientadora e Presidente)

Prof.(a). Dr.(a) Vera Regina Veiga França - UFMG

Prof.(a). Dr.(a) Claudio Rodrigues Coração - UFOP

Profa. Dra. Denise Figueiredo Barros do Prado orientadora do trabalho, aprovou a versão final e autorizou seu depósito no Repositório Institucional da UFOP em 22/11/2021.



Documento assinado eletronicamente por **Denise Figueiredo Barros do Prado, COORDENADOR(A) DE CURSO DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO**, em 22/11/2021, às 16:40, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no art. 6º, § 1º, do [Decreto nº 8.539, de 8 de outubro de 2015](#).



A autenticidade deste documento pode ser conferida no site http://sei.ufop.br/sei/controlador_externo.php?acao=documento_conferir&id_orgao_acesso_externo=0, informando o código verificador **0225716** e o código CRC **AC108CBC**.

Referência: Caso responda este documento, indicar expressamente o Processo nº 23109.010156/2021-29

SEI nº 0225716

R. Diogo de Vasconcelos, 122, - Bairro Pilar Ouro Preto/MG, CEP 35400-000

Telefone: - www.ufop.br

AGRADECIMENTOS

A caminhada do mestrado foi longa, cheia de momentos alegres, de conversas, risos, aprendizados e até momentos de confusão e ansiedade. Mais do que um mestrado eu ganhei uma experiência de vida, que me permitiu me transformar numa nova pessoa. Mas isso não foi possível sem a ajuda de muitas pessoas, que fizeram parte desta realidade e com quem compartilho esta conquista.

No primeiro lugar agradeço a Deus, porque ao longo do caminho ele me ajudou, me deu a sabedoria para poder acreditar em mim e nas minhas habilidades, e quando eu achava que não tinha forças ele sempre as renovava para mim. Obrigada Deus!

A meus pais, Carlos Lizardo e Nora Gutierrez por me apoiar neste sonho, por seus conselhos e por me ensinar a ser corajosa e perseverante, pois a vida está cheia de desafios. A minha irmã Alba Lizardo, por ser minha companheira nos dias cinzentos e nos coloridos e por sempre me incentivar quando preciso. Aos meus avós, Alba Soto e José Lizardo que desde o céu eles sempre cuidaram de mim, e eu sei que eles compartilham comigo essa conquista.

A meu namorado Eduardo Bonilla, obrigada por sempre me apoiar ao longo deste processo, por me lembrar sempre que sou forte e corajosa e que a chave para o sucesso é sempre se esforçar e lutar.

Às professoras Rosy, Wendy, Erica e Yaneth por seus bons desejos, suas orações e seu apoio ao longo deste caminho.

A minha amiga querida Beatriz Flores, por me abrir as portas da sua casa quando cheguei a Mariana, pela paciência para esclarecer minhas dúvidas e angústias sobre as disciplinas, pelas conversas sobre seu México querido e pelo amor e carinho.

A Lavinia Torres por ser minha companheira de casa, durante o mestrado, foi lindo dividir com você, obrigada pelas conversas e pelos sorrisos. Obrigada também a seus pais Renata e Renato Torres, por sempre cuidar do que eu precisava.

A minha querida Amanda Magalhães, pela paciência para me ajudar, ensinar e esclarecer todas minhas dúvidas sobre as disciplinas, pelas conversas sobre o Brasil, pelos sorrisos, pelos abraços que me lembravam que não estava sozinha. Obrigada por tudo, amiga. Agradeço a vida e a Deus por ter te conhecido.

A Meus queridos amigos Lucas e Aryanne, obrigada pelo amor, carinho, pelas conversas ao longo do mestrado, por sempre me ajudar até nas coisas mais simples, obrigada pelas palavras de força e de apoio ao longo desta caminhada que compartilhamos juntos. Nossa amizade é tão grande que ultrapassa fronteiras.

A minha querida orientadora Denise Prado, uma mulher brilhante e que eu admiro muito, quem aceitou o desafio de me orientar e me ajudou transformar essas ideias que tinha no início, numa pesquisa diferente, singular e importante para meu país. Não vou esquecer nunca seu apoio desde suas aulas na disciplina de Comunicação e temporalidades, até a paciência, amor, carinho e cuidado para me ajudar a não perder a direção nesta caminhada. Obrigada, pelas conversas, os bolos de maçã, os chás durante as orientações, pelo conforto cheio de amor quando muitas vezes senti falta da minha família.

Aos professores do PPGCOM da UFOP: Hila Rodrigues, Denise Prado, Cláudio Coração e Frederico Tavares, pelas conversas sobre Honduras e Brasil, pela paciência para me ensinar quando ainda não falava português, pelas reflexões nas aulas e pela amizade fora delas.

À OEA/GCUB pelo convênio de cooperação com a UFOP, pois me deram a oportunidade de realizar o Mestrado no Brasil.

À Universidade Federal de Ouro Preto (UFOP) e ao Programa de Pós-graduação em Comunicação pela oportunidade e privilegio que me deram de fazer meus estudos numa universidade pública do Brasil.

Ao Brasil, por me abrir as portas desse país tão lindo, com pessoas lindas que me acolheram e me deram muito amor e carinho, fazendo que se tornara minha segunda casa.

“Existem poucos sentimentos melhores do que aquela certeza que você MERECEU o seu sucesso. Aquela noção de que através da sua dedicação você transformou um sonho em realidade”

-Larissa Dumbá

RESUMO

Resumo: O presente trabalho tem como tema perceber como o fluxo televisivo do Canal 5, de Honduras, constitui uma forma cultural singular. Desde sua criação em 1959, o canal transmitiu telenovelas e filmes dos Estados Unidos e do México e, hoje, com seu desenvolvimento, conseguiu ampliar sua oferta de programação estrangeira, incorporando conteúdos brasileiros e colombianos, bem como sua produção nacional. Esta pesquisa procura compreender como o fluxo televisivo do Canal 5 conduz à construção de um perfil específico e singular para a emissora hondurenha revelando sua forma cultural a partir da articulação dos programas de TV que o canal oferece na grade da sua programação, considerando a hibridização de seus conteúdos. Esta perspectiva problematiza as mesclas entre as produções dos países exportadores de produtos televisuais da América Latina com os programas de TV hondurenhos, a publicidade comercial e as publicidades institucionais a partir de uma análise grade de programação. A metodologia utilizada para esta pesquisa está baseada na análise do fluxo televisivo, a partir da construção de uma “falsa” semana (TAVARES, 2005), compreendendo que a organização da grade da programação está organizada em dois eixos temporais: horizontal e vertical (DUARTE, 2014), e também a uma análise de conteúdo (BAUER, GASKELL, 2002), que permitiu mapear os temas que aparecem na programação. Desta forma, interpretamos os sentidos e valores que o canal procura transmitir para o público, tendo em conta as mesclas entre as produções dos países exportadores de produtos televisuais da América Latina com os programas de TV hondurenhos. Para realizar isso, nos fundamentamos teoricamente em William (2016), quanto à discussão e reflexão sobre a televisão como forma cultural. Na análise, foram desenvolvidos três eixos analíticos: 1) a cotidianidade da programação, 2) a relação articulada entre o Canal 5 e o público, e 3) a hibridização cultural: entrecruzamentos dos sentidos e valores no fluxo. Ao final deste estudo, observamos que há a construção de uma rotina própria da emissora a partir da cotidianidade do público, bem como, uma relação próxima com os telespectadores através de formas enunciativas, construídas com o intuito de manter um vínculo de contato e projetar sua imagem diante deles. Uma outra característica detectada foram os entrecruzamentos culturais dos sentidos e valores sociais e as mescla cultural nos programas televisivos no fluxo televisivo da grade da programação.

Palavras-chave: fluxo televisivo; entrecruzamentos culturais; transnacionalização; globalização; forma cultural.

ABSTRACT

Abstract: The present work has as its theme the television flow of Channel 5, a cultural form in Honduras. Since its creation in 1959, it has broadcast series and movies from the United States and Mexico, and today, with its development, it has managed to expand its foreign programming offer, incorporating Brazilian and Colombian content, as well as Mexican and American content. In this sense, this research seeks to understand how the television flow of Channel 5 allows the construction of a specific and unique profile for the Honduran station, revealing its cultural form, based on the exhibition of the television programs that the channel offers in its programming, considering the hybridization of its content. This perspective problematizes the mix between the productions of Latin American television product exporting countries with Honduran television programs, as well as commercial and internal advertising within programming hours. Thus, the methodology used for this research is based on the analysis of the flow, based on the construction of a “false” week, Tavares (2005), understanding that the organization of the serious programming is organized along time axes: horizontal and vertical. (DUARTE, 2014), this approach is articulated with a content analysis by Bauer and Gaskell (2002) to understand what programs mean by their speeches. In this way, we interpret the meanings and values that they intend to convey to the public, taking into account the mixes between the productions of countries that export television products in Latin America with Honduran television programs, as well as commercial and internal advertising within the broadcasting serious programming. To do this, we theoretically base ourselves on the thought of William (2016) focused on the discussion and reflection on television, beyond being a technological medium and understanding it as a cultural form. In the analysis, three analytical axes were developed: 1) the daily routine of programming, 2) the articulated relationship between channel 5 and the public, and 3) cultural hybridization: intersections of meanings and values in the flow. In the analysis, the construction of a routine typical of the station was found based on the public's daily life, as well as a close relationship with viewers through enunciative forms to maintain a contact link and project its image as a channel of television before them. Another characteristic detected was the cultural intertwining of meanings and social values and the cultural mix in television programs in the television flow of the schedule programming.

Keywords: television flow; cultural crossovers; transnationalization; globalization; cultural form.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1- A compra do equipamento é assinada pelo Sr. Fernando Lardizábal,.....	19
Figura 2- Primeira unidade móvel do Canal 5 para fazer transmissões fora do estúdio	20
Figura 3- Telenovelas transmitidas pelo Canal 5	43
Figura 4- Telenovelas brasileiras transmitidas pelo Canal.....	44
Figura 5- Telejornal TN5 Matutino.....	78
Figura 6- Telejornal da noite TN5 Estelar	79
Figura 7- TN5 Dominical.....	80
Figura 8- Programa de discussão Frente a Frente	80
Figura 9- Programa Las Mañanas del 5	81
Figura 10- Programa La Cocina de Keyla.....	82
Figura 11- X-O da dinero.....	83
Figura 12- Programa Banegas.....	84
Figura 13- Telejornal TN5 Matutino: resumo de notícias das principais cidades do país	95
Figura 14- TN5 Matutino: imagem do clima da capital de Honduras.....	96
Figura 15- TN5 Matutino: indicações do clima	96
Figura 16- Frente a Frente: indicações do trânsito	97
Figura 17- Publicidade de suco de babosa	98
Figura 18- Las Mañanas del 5: segmento patrocinado.....	99
Figura 19- Las Mañanas del 5: receita do café da manhã Pão com ovo	99
Figura 20- Intervalos de publicidade.....	100
Figura 21- Publicidade do supermercado La Colonia	100
Figura 22- Publicidade de restaurante de comida	102
Figura 23- Publicidade de loja de acessórios escolares.....	102
Figura 24- La llamada ganadora	103
Figura 25- Dating show Doce Corazones	104
Figura 26- Talk show Caso Cerrado.....	105
Figura 27- Talk show Caso Cerrado.....	105
Figura 28- Talk show Caso Cerrado	106
Figura 29- La Rosa de Guadalupe.....	107
Figura 30- Anúncio dos seguintes programas	107
Figura 31- Publicidade de medicina.....	108
Figura 32- Anúncio para crianças	109
Figura 33- TN5 Estelar: indicações do clima.....	110
Figura 34- TN5 Estelar: No se vaya a la cama sin conocer	110
Figura 35- TN5 Estelar: No se vaya a la cama sin conocer	111
Figura 36- Série La Señora Acero.....	112
Figura 37- Publicidade de medicina para atividade sexual	112
Figura 38- Supermercado Despensa familiar	114
Figura 39- Restaurante de comida.....	115
Figura 40- TIGO empresa de telefonia móvel em Honduras	118
Figura 41- Programa de esportes Cinco Deportivo	119
Figura 42- Publicidade Supermercado La Colonia	120
Figura 43- Programa Banegas.....	121
Figura 44- Programa Frente a Frente	123

Figura 45- Programa La Llamada Ganadora do dia 6 de janeiro de 2020	124
Figura 46- Programa X-O Da Dinero do dia 23 de janeiro de 2020	124
Figura 47- Las Mañanas del Cinco 14 de janeiro de 2020.....	126
Figura 48- Las Mañanas del Cinco 30 de janeiro de 2020.....	127
Figura 49- Las Mañanas del Cinco 30 de janeiro de 2020.....	128
Figura 50- Publicidade do telejornal TN5 Estelar.....	130
Figura 51- Publicidade TN5 Estelar.....	130
Figura 52- Publicidade programa Frente a Frente.....	131
Figura 53- Logo do Canal 5	132
Figura 54- anúncio da classificação indicativa dos programas do Canal 5.....	133
Figura 55- convite para assistir programação do canal	133
Figura 56- convite para assistir programação pelo aplicativo	134
Figura 57- TN5 Estelar 14 de janeiro de 2020	137
Figura 58- Las Mañanas del Cinco 22 de janeiro de 2020.....	137
Figura 59- TN5 Estelar 22 de janeiro de 2020	138
Figura 60- TN5 Estelar 30 de janeiro 2020.....	139
Figura 61- TN5 Matutino 22 de janeiro 2020	140
Figura 62- TN5 Matutino 6 de janeiro de 2020	141
Figura 63- Como dice el dicho 22de janeiro de 2020	142
Figura 64- Las Mañanas del cinco 22 de janeiro de 2020.....	143
Figura 65- La Rosa de Guadalupe.....	143
Figura 66- Caso Cerrado 30 de janeiro de 2020.....	144
Figura 67- TN5 Matutino 22 de janeiro de 2020	145
Figura 68- La Cocina de Keyla 15 de fevereiro de 2020	146
Figura 69- publicidade de suco Saviloe	150

LISTA DE QUADROS

Tabela 1- Criação da “falsa” semana.....	78
Tabela 2- “Falsa” semana da programação semanal do Canal 5	77
Tabela 3- Grade da programação semanal do Canal 5	93

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	13
1. A TELEVISÃO HONDURENHA: UMA PERSPECTIVA LATINO-AMERICANA	17
1.1. Da historicidade da televisão em Honduras: olhando no <i>Canal 5</i> desde sua origem e desenvolvimento até hoje.....	17
1.1.1. <i>Canal 5, “El líder”</i> : uma história marcada por tensionamentos políticos e sociais	18
1.1.2. <i>O Canal 5: uma visão no contexto atual</i>	30
1.2. Da constituição do perfil do <i>Canal 5</i> : processos da globalização na TV hondurenha	31
1.3. A globalização no mercado televisivo: um processo de transformação sociocultural	34
1.4. A transnacionalização dos produtos televisivos: dos produtos televisivos o panorama da América Latina.....	41
1.5. O hibridismo cultural na América Latina: conceito e sua dimensão transnacional...	49
2. O FLUXO TELEVISIVO DO CANAL 5: DAS DIMENSÕES CONCEITUAIS À COMPREENSÃO CULTURAL	54
2.1. A televisão para além de sua materialidade: olhando na TV como instituição social	54
2.2. O Fluxo televisivo: do conceito à compreensão cultural	58
2.3. Das formas culturais da tevê: olhando nas realidades apresentadas na televisão	63
2.4. Da grade da programação: entendendo a construção do perfil da emissora televisiva	67
3. UM OLHAR SOBRE O FLUXO DO CANAL 5: OBJETO EMPÍRICO E OS PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS	72
3.1. Apresentação e caracterização do objeto empírico: o Canal 5	72
1.1.1. <i>O Canal 5 hoje</i>	72
1.1.2. <i>Da grade de programação do Canal 5</i>	74
3.2. Dos conceitos operadores para realizar análise do fluxo televisivo	76
3.3. Dos procedimentos metodológicos: construção da “falsa” semana e coleta do material empírico	77
3.3.1. <i>Do procedimento de recorte e do material empírico</i>	78
3.3.2. <i>Da “falsa” semana e dos programas televisivos da grade: apresentação e caracterização do corpus</i>	78
3.4. Das categorias de análise: os eixos analíticos do recorte empírico	88
4. ENTENDENDO O FLUXO TELEVISIVO DO CANAL 5: OLHANDO NO “LÍDER” DE HONDURAS	90

4.1. Categoria 1- Olhando na cotidianidade da programação do Canal 5.....	91
4.2. Categoria 2- Da relação articulada entre o Canal 5 o público	122
4.3. Categoria 3- Hibridização cultural: o entrecruzamento dos sentidos e valores no fluxo televisivo e a mescla das produções televisivas na grade	135
4.3.1. <i>Cruzamentos culturais no fluxo televisivo do Canal 5: da seleção da programação estrangeira e das mesclas dos sentidos e valores culturais</i>	135
4.3.2. Olhando nas mesclas culturais dos programas de TV no fluxo televisivo do Canal 5	147
CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	154
REFERÊNCIAS BIBLIOGRAFICAS	159

INTRODUÇÃO

Quando eu era adolescente, lembro que depois de sair da escola voltava para casa e assistia televisão e o que mais gostava de assistir eram as telenovelas mexicanas transmitidas pelo *Canal 5*. Esse foi meu primeiro contato com a emissora, sem saber que, anos depois, se tornaria meu objeto empírico para os estudos de pós-graduação. Ao longo da minha juventude até a faculdade, cresci me apaixonando e me desiludindo com essas histórias, até conseguir identificar bem os atores e atrizes que participavam dessas produções mexicanas.

Estive ainda mais próxima *Canal 5* em 2015, quando eu estava terminando meus estudos de jornalismo em Honduras e realizei meu estágio universitário na empresa *Televiscentro*, especificamente para o telejornal da noite, o *TN5 Estelar*, transmitido às 21h. Nesta época, houve um dia em que o telejornal estava sendo transmitido, quando surgiu uma notícia de última hora e, por seu grau de importância para o país, foi necessário que o noticiário estendesse seu horário habitual¹.

Depois que aquela edição do telejornal acabou, o canal continuou com sua programação regular, mas a telenovela que era transmitida após este telejornal foi exibida mais tarde. No dia seguinte, na reunião de pauta, o coordenador do telejornal comentou com os jornalistas que, na noite anterior, muita gente ligou para o canal dizendo que queriam que o capítulo da telenovela fosse repetido, pois não haviam conseguido assisti-lo por causa da notícia de última hora.

Com o passar do tempo, terminei meus estudos como jornalista, mas o incômodo relacionado àquele acontecimento ainda estava presente e comecei a me fazer várias perguntas: Por que o *Canal 5* tem tão poucos programas nacionais? Por que os programas produzidos em outros países têm muito espaço na grade de sua programação? Eu tinha muitas perguntas, mas não tinha respostas. Conversava com amigos jornalistas sobre a quantidade de produtos enlatados que são veiculados em Honduras e a pouca produção nacional, e isso me permitiu aumentar meu interesse por olhar a televisão a partir de outra perspectiva.

Chegando no Programa de Pós-graduação em Comunicação na UFOP descobri que aquela inquietação que surgiu durante meus estudos de graduação poderia ser abordada com profundidade e se constituir como um estudo desde uma visão diferente, para além das pesquisas que tradicionalmente são realizadas em Honduras. Desse modo, com todas as

¹ Desde maio de 2015 um grupo de hondurenhos iniciou a primeira de muitas manifestações chamada: “Manifestação das tochas” e com ele surgiu um movimento de oposição com jovens líderes pedindo a suspensão da corrupção e da impunidade em Honduras. A notícia foi coberta por muitos canais de televisão em Honduras. Disponível em: https://www.bbc.com/mundo/video_fotos/2015/08/150827_video_honduras_protestas_gtg. Acesso: 26 Jan. 2020

ferramentas teóricas-conceituais, minha experiência com o canal e com a orientação da a Prof.^a Dra. Denise Prado, com quem desenvolvo este trabalho, construímos um percurso que, ao longo do caminho, foi amadurecendo para problematizar e entender a televisão hondurenha.

É importante destacar que a maioria dos canais de televisão de Honduras transmitem produtos televisivos importados como: telenovelas, filmes, séries e programas de entretenimento produzidos nos Estados Unidos, México, Argentina, Colômbia e Venezuela. Entre eles, temos o *Canal 5*, que foi o primeiro canal de televisão aberto do país e, desde o seu surgimento, em 1959 (data na qual se comemora a independência de Honduras), foram transmitidas séries e telenovelas dos Estados Unidos e do México.

Ao longo do tempo, o canal de televisão passou por tensionamentos políticos e sociais que aconteceram em Honduras marcando seu desenvolvimento como emissora televisiva no país. Na atualidade o *Canal 5* conseguiu ampliar sua oferta de programação estrangeira, incorporando produções colombianas, brasileiras e também hondurenha (ainda que minoritariamente), pois os programas estrangeiros predominam e ocupam um espaço significativo na oferta da programação.

Tendo em vista essas colocações, a pergunta que orienta esta dissertação é: *como o fluxo televisivo da programação oferecida pelo Canal 5, em Honduras, contribui para a formação de um perfil específico e singular para o canal, capaz de permitir um diálogo com os telespectadores, considerando uma articulação entre os produtos nacionais e os conteúdos importados?*

Com o intuito de responder a essa questão, é importante entender os processos da globalização a transnacionalização dos produtos culturais para compreender como as hibridações e as mesclas culturais impactam no desenvolvimento das produções nacionais. Além disso, essa reflexão colabora para perceber a maneira que a exibição de produtos televisivos estrangeiros articula e estabelece sentidos, valores culturais e sociais, construindo e revelando uma forma cultural para o *Canal 5*, através da sua programação televisiva.

O trabalho justifica-se pela ausência de estudos na área de televisão em Honduras, pois ela é vista a partir de abordagens gerais, deixando-a de lado, quanto à possibilidade de transformá-la em objeto de estudo científico. Assim, aprofundar no estudo do fluxo televisivo do *Canal 5* permite descobrir um olhar que, para além de problematizar suas características, contribui para um percurso investigativo inovador e constitui uma referência teórica e bibliográfica no campo da comunicação em Honduras

Para o desenvolvimento desta pesquisa estruturamos e organizamos este trabalho em quatro capítulos, além da presente introdução e das considerações finais. O primeiro capítulo

traz uma abordagem da historicidade do *Canal 5*, olhando a partir da perspectiva sócio-histórica e cultural latino-americana, pois consideramos importante refletir sobre o contexto local e os tensionamentos sociais que envolvem a construção de um repertório cultural audiovisual na América Latina e, além disso, o momento político no qual o canal emergiu e se fortaleceu.

Ainda neste capítulo, é discutida a globalização como processo de transformação cultural e como ela contribuiu para o desenvolvimento da televisão hondurenha, fazendo com que a circulação dos produtos culturais tenha uma natureza transnacional. Essa perspectiva nos ajuda a entender o impacto das hibridizações e as mesclas culturais no desenvolvimento das produções nacionais.

No segundo capítulo, abordamos a teoria do fluxo televisivo e as contribuições levantadas por Raymond Williams (1974), baseadas em sua experiência com a televisão britânica e seu encontro com a TV norte-americana. O autor compreende a televisão para além de um aparelho tecnológico de captação e transmissão de informação, e entende a tevê como uma instituição social que gera e constrói sentidos e formas culturais, a partir dos produtos televisivos exibidos na grade. Assim, essa abordagem permite compreender como a TV organiza sentidos e constrói formas culturais. Por fim, refletimos como grade da programação evidencia o perfil de uma emissora televisiva.

No terceiro capítulo desta dissertação, apresentamos a metodologia a ser empregada na análise do objeto empírico estudado e os procedimentos de recorte, coleta e tratamento do material. Para isso, foi realizada uma gravação de 168 horas de programação do *Canal 5* em Honduras e um registro de contato com o material. Nesse sentido, o método utilizado para o desenvolvimento deste estudo consiste numa abordagem histórico documental do canal, articulado com uma análise empírica da composição da grade da programação, observando a constituição dos sentidos em fluxo (WILLIAM, 2016).

O *corpus* desta pesquisa está baseado na construção e gravação de uma “falsa” semana da grade, utilizando como referência metodológica a proposta de Tavares (2005), compreendendo que sua organização temporal é de forma horizontal e vertical (DUARTE, 2014). Isso é articulado a uma análise de conteúdo (BAUER E GASKELL, 2002), para interpretar os sentidos e valores que os programas de televisão importados e os conteúdos hondurenhos transmitem para o público, considerando as mesclas culturais das peças televisivas, bem como, a publicidade comercial e institucional no interior da grade. Finalmente, esboçamos as categorias analíticas com as quais trabalhamos no desenvolvimento deste trabalho.

O quarto capítulo corresponde à análise desta dissertação, que traz uma discussão sobre a cotidianidade da programação do *Canal 5*, a fim de entender como essa emissora constrói sua própria rotina e tempo televisivo. No segundo momento, buscamos compreender a relação articulada do canal com os telespectadores a partir das estratégias de auto-referencialidade (DUARTE, 2004) que essa TV emprega para manter seu vínculo de contato com seu público e projetar sua imagem diante dos hondurenhos. Na terceira parte da análise, olhamos para as hibridações culturais com o objetivo de estudar o entrecruzamento cultural dos sentidos e valores no fluxo televisivo do Canal 5, bem como, a mescla cultural que se dá nos programas televisivos que esse canal transmite.

Esperamos que, ao estudar o fluxo televisivo do *Canal 5* como uma forma cultural em Honduras, possamos auxiliar num maior entendimento na maneira como a TV é estudada no país e, dessa forma, contribuir para estabelecer um registro histórico e cultural do processo de constituição da televisão hondurenha.

1. A TELEVISÃO HONDURENHA: UMA PERSPECTIVA LATINO-AMERICANA

Neste primeiro capítulo é apresentada uma abordagem a partir da historicidade do objeto de estudo, focado na perspectiva sócio-histórica e cultural latino-americana para entender como surgiu a televisão hondurenha e os tensionamentos políticos e sociais que ocorreram durante seu desenvolvimento. Assim, discutimos a globalização² como processo cultural que contribuiu na transformação da mídia, especificamente da tevê, para compreender a maneira com que a circulação é transnacional³ dos produtos culturais, considerando que a natureza dos produtos televisivos es transnacional e possibilitaram a crescente expansão de diversas corporações e conglomerados empresariais de TV na América Latina, bem como a exportação de produtos audiovisuais transnacionais para outros países. Finalmente, expomos como o entrecruzamento e as mesclas culturais entre as produções televisivas locais, nacionais e importadas produzem o hibridismo cultural fazendo emergir novas formas e práticas culturais na sociedade.

1.1. Da historicidade da televisão em Honduras: olhando no *Canal 5* desde sua origem e desenvolvimento até hoje

Ao abordar o *Canal 5* como nosso objeto de estudo, percebemos que é preciso pensá-lo historicamente para amadurecer o processo de pesquisa. Nesse sentido, trazer uma visão do desenvolvimento da televisão hondurenha e do canal permite compreender as dimensões culturais, sociais e políticas no tempo e espaço, para refletir desde uma perspectiva histórica sobre as práticas comunicacionais do passado e entendê-las no presente.

Assim, refletindo historicamente sobre a origem e o desenvolvimento da televisão hondurenha no tempo e espaço, significa pensar numa "imaginação histórica" que de acordo com Goulart, Souza e Gomes (2017) é uma forma de interpretar o mundo como um universo histórico, mostrando os vínculos temporais,

a forma como há nos fenômenos que observamos uma lógica temporal, uma apropriação e uma inserção no tempo. Pensar historicamente é destacar a visão processual do mundo e pensar as práticas e processos comunicacionais como próprios de um dado momento e lugar (GOULART; SOUZA; GOMES, 2017, p. 41).

Nesse sentido, expor a historicidade da televisão no cenário hondurenho, especificamente do *Canal 5*, é entender que existe um caminho que carrega aspectos políticos que atravessam a emissora, bem como, as questões sociais e culturais que marcaram seu desenvolvimento como meio de comunicação televisivo no país. Tendo em vista isso,

² Esse conceito e trabalhando ao longo do capítulo como o processo que, para além do econômico tem uma perspectiva cultural global no campo televisivo.

³ O termo da transnacionalização é utilizado para fazer referência à natureza global dos produtos televisivos.

consideramos importante apresentar sua contextualização para compreender suas transformações ao longo do tempo, pois, “a explicação histórica nos leva a entender questões sociais dentro das dimensões de espaço e tempo, ou seja, perceber as mudanças espaço-temporais de uma questão social” (GOULART; SOUZA; GOMES, 2017, p. 45). Além disso, esta abordagem nos ajuda a construir um registro histórico da TV em Honduras, já que no país existe uma ausência de referências bibliográficas ligadas ao surgimento e evolução da mesma.

Assim, colocamos o tempo histórico como figura de historicidade que, segundo Goulart, Souza e Gomes (2017) é “uma forma de representação do modo como o tempo passa, centrada em diferentes processos, acontecimentos e estruturas a partir de uma determinada matriz historiográfica” (GOULART; SOUZA; GOMES, 2017, p. 46). Para obter um panorama das mudanças e transformações nas estruturas sociais dos determinados contextos em que se deu o advento e o desenvolvimento do *Canal 5* em Honduras, apresentamos as discussões a seguir.

1.1.1. *Canal 5, “El líder”: uma história marcada por tensionamentos políticos e sociais*

Foi em junho de 1958 quando o empresário hondurenho Fernando Lardizabal Garcia analisou a possibilidade de introduzir a televisão em Honduras. A ideia surgiu quando o empresário Lardizabal e seu genro Miguel Brooks fizeram uma viagem à capital federal do México: “estávamos sentados no *lobby* do hotel, assistindo à televisão mexicana, quando Miguel me disse que esse poderia ser um excelente negócio, muito lucrativo, em Honduras” (BANEGAS, 2013, p. 27, tradução nossa)⁴. Esse momento foi a chave para iniciar um novo mercado de comunicação no país.

Assim, após a seu retorno a Honduras, os empresários realizaram os procedimentos na Dirección General de Telecomunicaciones de Honduras⁵ com o objetivo de adquirir a licença para a instalação da planta de transmissão de televisão e, a partir disso, o *Canal 5* começou a nascer em Honduras.

O *Canal 5*, com o indicativo do seu sinal HRTG-TV, é um canal de televisão aberta que pertence à Compañía Televisora, S.A. Com o slogan: “*El Líder*” foi o primeiro canal de televisão no ar em Honduras. Suas transmissões iniciaram em 15 de setembro de 1959, data especial para o país, na qual foi comemorado o centésimo trigésimo aniversário da independência nacional. Esse dia foi escolhido, segundo o empresário hondurenho e principal

⁴No original: “Estábamos sentados en el “lobby” del hotel, viendo la televisión mexicana, cuando Miguel me dijo que aquél podía ser un excelente negocio, muy lucrativo, en Honduras”. (BANEGAS, 2013, p.27).

⁵Entidade responsável naquele momento de gerenciar o espectro radioelétrico de Honduras, a direção era dirigida por o Mayor Hector Lagos da Fuerza Aérea de Honduras. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=KVH3umgcMoI>. Acesso em: 15 Mar.2020

investidor, Fernando Lardizabal, para que a “efeméride não caia no esquecimento” (BANEGAS, 2013, p. 37, tradução nossa)⁶.

É assim, com suas operações transmitindo o aniversário da independência de Honduras por meio de aproximadamente 25 receptores, que a população assistiu às imagens da comemoração em aparelhos colocados nas vitrines de diferentes lojas da cidade de Tegucigalpa, capital do país. Os equipamentos para a transmissão (como câmeras, consoles, entre outros) foram adquiridos pela empresa *Radio Corporation of America (RCA)*. A venda do equipamento foi assinada pelo Francisco J. Yones, distribuidor de RCA em Honduras; o representante da empresa RCA, o engenheiro Guaragna e pelos empresários Fernando Lardizabal Zuniga e Miguel Brooks, sendo os dois últimos fundadores do *Canal 5*.

Figura 1-A compra do equipamento é assinada pelo Sr. Fernando Lardizábal, Miguel Brooks h, Sr. Guaragna e Sr. Francisco J. Yones.



Fonte: Jornal La Tribuna, Honduras⁷

Nessa época, os investimentos da empresa estavam constituídos por um capital misto, no qual os acionistas eram a família Lardizábal Guilbert, Miguel Brooks, René Sempé e Raúl Zelaya Romero (quem anos depois vendeu sua porcentagem ao Dr. Miguel Andonie Fernández). Posteriormente, a empresa americana *American Broadcasting Company (ABC)* ingressou como acionista e participou como consultora técnica para o canal de televisão.

⁶ No original: “la efeméride no cayera en el olvido”, (BANEGAS, 2013, p.37).

⁷ O Jornal “La Tribuna” em Honduras publicou uma reportagem sobre os 60 anos de aniversário do canal 5 e apresentaram imagens da história do canal de televisão. Disponível em: <https://www.latribuna.hn/2019/09/10/60-anos-de-la-tv-en-honduras/>. Acesso em: 16 nov.2019

Na década de 1960, as transmissões do *Canal 5* começaram em preto e branco e sua programação consistia em séries e programas americanos, devido ao contrato de prestação de serviços com participação nos lucros que a ABC tinha com Canal 5,

não tínhamos acesso a outras fontes de assistência: filmagens, filmes e outras assistências, indispensáveis para quem estava começando um negócio do qual nem sabíamos o nome ou a dimensão dos aparelhos (BANEGAS, 1992, p. 37, tradução nossa)⁸.

Naquela época, o *Canal 5* começa a consolidar seu lugar de referência no cenário nacional, transmitindo, em 1960, uma mensagem de ano novo do Presidente Ramón Villeda Morales⁹ para a população hondurenha. Nesse mesmo ano, as transmissões ao vivo para jogos de futebol, beisebol e basquete foram formalizadas com a aquisição das primeiras unidades móveis (equipamentos de captação e transmissão fora do estúdio) do canal.

Figura 2-Primeira unidade móvel do *Canal 5* para fazer transmissões fora do estúdio



Fonte: Jornal La Tribuna, Honduras.

Paralelamente, há um investimento na produção jornalística, a partir da criação do noticiário “*Telediario*”, dirigido por Alfredo Medrano e Julio Salmerón. Este telejornal era transmitido ao meio-dia e apresentava informações sobre as campanhas políticas da época. No

⁸No original: “no podíamos tener acceso a otras fuentes de asistencia: filmados, películas y otras asesorías indispensables para los que nos iniciábamos en un negocio del que ni si quiera el nombre ni la dimensión de los aparatos conocíamos” (BANEGAS, 1992, p. 37).

⁹Presidente de Honduras de 1957 até 1963, pertenceu ao Partido Liberal de Honduras e apoiou a democratização de Honduras, logo de um longo período de regime militar em Honduras. Disponível em: <https://redhonduras.com/personajes/ramon-villeda-morales/>. Acesso em: 27 oct. 2020.

entanto, devido à tensão política causada pelo golpe de estado de 1963 contra o Presidente Ramón Villeda Morales, esse primeiro telejornal foi encerrado.

O golpe de estado que sofreu o Presidente Ramón Villeda Morales ocorreu no 3 de outubro de 1963, data em que se comemora o Dia do Soldado em Honduras, em homenagem ao nascimento do militar e político, Francisco Morazán, que governou a República Federal da América Central¹⁰ durante o período de 1830 a 1839.

Essa ação foi feita às três da manhã, quando dois esquadrões de aviões de caça sobrevoaram o palácio presidencial, avisando ao Presidente Morales que ele tinha que se render se não quisesse ser bombardeado, enquanto as tropas do exército dominavam a guarda civil. O Comandante-em-chefe das Forças Armadas de Honduras, Oswaldo López, proclamou na rádio à nação que o exército assumiria o controle porque consideravam que o governo estava orientando-se para a política comunista.

De acordo com Varela (2005), na proclamação do golpe militar, Ramón Villeda Morales foi acusado de politizar a guarda civil e colocar em risco o sistema democrático do país. Assim, o Presidente Morales (quem teve que terminar seu mandato até o 23 de dezembro de 1963) e Modesto Rodas Alvarado¹¹ foram levados pela Força Aérea de Honduras ao exílio na Costa Rica. Deste modo, a convocação para eleições foi suspensa, o Congresso Nacional foi dissolvido, a Constituição de 1957 foi abolida; e o Oswaldo López foi proclamado presidente provisório para o período de 1963 até 1971.

Nesse contexto político, em Honduras, nasceu o programa informativo *Telerápidas*, no qual Vicente Machado Valle compartilhava câmeras com Carlos Young Torres e Sandra Pascua, e oferecia informações fornecidas pela agência de notícias americana *Associated Press*, cujas produções eram vendidas para vários veículos inscritos.

Em 1963, o canal passa por mudanças em sua administração: a ABC se retira e a família Lardizábal e Miguel Brooks vendem suas ações a José Rafael Ferrari Sagastume, empresário hondurenho e dono da empresa de rádio mais importante de Honduras, *HRN*¹². Assim, Sagastume se tornou o proprietário e gerente da rede junto com Miguel Andonie Fernández,

¹⁰A República Federal da América Central foi a união entre os países da Guatemala, Honduras, El Salvador e Costa Rica e foi fundada em 22 de novembro de 1824. Nasceu da promulgação de uma constituição unificadora, após a separação desses países do domínio da Espanha em 1821. Disponível em: <https://www.notimerica.com/cultura/noticia-republica-federal-centroamerica-formo-quien-integro-20161122073638.htm>. Acesso em: 23 Mar. 2020.

¹¹Presidente do Congresso Nacional de Honduras durante o governo do Presidente Ramón Villeda Morales (1957-1963).

¹²E a primeira rádio de Honduras, foi fundada em 1928, quando a Companhia Ferroviária Tela criou a Rádio Tropical, a primeira estação comercial de rádio no país da América Central". Disponível em: https://es.wikipedia.org/wiki/Radio_en_Honduras. Acesso em: : 23 Mar. 2020.

um importante investidor em estações de rádio e televisão em Honduras, quem mais tarde deixou sua porcentagem na sociedade como herança a seu filho Miguel Andonie e este vendeu suas ações para a família Villeda Toledo. Assim, o *Canal 5* começou a se estabelecer como uma empresa familiar, estrutura que mantém até hoje.

No final da década de 1960, os Ferrari-Villeda Toledo, proprietários da *Compañia Televisora de Honduras (CANAL 5)*, começaram a planejar a criação de um telejornal de maneira menos empírica e decidem enviar o jornalista Herman Allan Paget ao México para se preparar na área de produção de notícias para televisão. O *Canal 5* abriu seu caminho para a televisão em cores em 1966, transmitindo com um sinal de teste a missa celebrada pelo Papa Paulo VI. Três anos depois, o canal levou ao público, através de suas telas, acontecimentos importantes como a chegada de homem à lua e a guerra entre Honduras e El Salvador (embora essas transmissões ainda tenham sido feitas em preto e branco).

Entre os anos 1963 e 1970, o *Canal 5* começou a transmitir diferentes programas de produção nacional. Um deles é, *Ante la prensa*, produzido e dirigido por Vicente Machado (filho), cujo objetivo era estimular o apoio da população à Oswaldo López Arellano¹³ candidato à Presidência nas eleições de 1964, logo após ao golpe de Estado no qual ele ocupou interinamente a posição que pertencia ao Presidente Ramón Villeda Morales. O objetivo de Arellano era, nestas eleições, legitimar sua posição. Segundo Banegas (1992), o programa foi cancelado por ordem do Presidente do Congresso Nacional, Mario Rivera López, porque numa emissão foi feito um comentário contra ele.

Posteriormente, nasceu *El consultorio del aire*, um programa semanal no qual a participação do público era importante, pois eles ligavam para fazer perguntas sobre questões legais, de saúde e de trabalho. Foi produzido e dirigido pelo jornalista Rodolfo Brevé Martínez e pelo poeta Víctor Eugenio Castañeda. Também foi criado o programa *Vista*, realizado semanalmente por Moisés de Jesús Ulloa, quem levou seu programa jornalístico de rádio para a televisão.

Em meados da década de 1970, o Canal 5 se associou à *Televisa*¹⁴, empresa de televisão do México, para transmitir suas telenovelas, assim, em 1973 foi feita a primeira transmissão da telenovela mexicana *Muñeca* em horário nobre, iniciando também suas primeiras transmissões

¹³Político e Militar hondurenho, duas vezes foi Presidente de Honduras 1963-1971 e 1972-1975, nas duas ocasiões chegou ao poder através de golpe militar. Disponível em: https://www.ecured.cu/Oswaldo_Enrique_L%C3%B3pez_Arellano. Acesso em: 23 Mar. 2020

¹⁴Conglomerado de mídia mexicano fundado em no ano 1973, a partir da fusão do Telesistema Mexicano com a Televisión Independiente de México. A empresa tornou-se conhecida no mundo inteiro por exportar programas de televisão, em especial telenovelas. Disponível em: <https://es.wikipedia.org/wiki/Televisa>. Acesso em: 17 nov.2019.

oficiais em cores. A partir desse momento, o *Canal 5* se despede do preto e branco para dar lugar à televisão em cores.

Nessa mesma época e num contexto de tensão política, devido ao golpe de Estado em 1963 e à ditadura militar que perdurou até 1982¹⁵, surgiu *Proyecciones militares*, um informativo das Fuerzas Armadas de Honduras (FAH)¹⁶ sob a responsabilidade do seu escritório de relações públicas e transmitido pelo *Canal 5*. O programa se propunha a apoiar a arte nacional e promover a imagem dessa instituição ao difundir as atividades sociais realizadas pela entidade – como as brigadas de saúde e as atividades educativas e recreativas. Na atualidade, este programa ainda está no ar, mas é difundido através do canal oficial do Estado. Assim, com a criação deste formato de programação, entendemos que se procurava divulgar uma imagem positiva perante a opinião pública e de autoelogio às Forças Armadas do país.

Em novembro de 1982, foi eleito Roberto Suazo Córdova¹⁷, do partido Liberal tornando-se Presidente constitucional, logo depois de dez anos de ditadura militar, marcando assim, na história de Honduras, o retorno à ordem democrática. Segundo Sosa (2016), a partir das mudanças dos governos militares aos civis, a transição política no país não foi produto da negociação das elites com as forças insurgentes, mas sim, resultado dos acordos entre os militares e as elites políticas locais com os Estados Unidos. “Mais especificamente, foi produto da política de contra-insurgência dos Estados Unidos da América (EUA) para a região centro-americana. Nesse sentido, a transição democrática hondurenha acabou sendo uma implementação de fora e ‘de cima’” (SOSA, 2016, p.245-314, tradução nossa)¹⁸.

O governo de Suazo Córdova finalizou em 1986 e o país continuou liderado pelo partido Liberal de Honduras, com José Simón Azcona Hoyo¹⁹, que se tornou o novo presidente do país até 1990. Ele governou o país num contexto difícil para Honduras, já que durante o ano 1980 uma série de mudanças político-ideológicas ocorreram nos países da América Central. Nessa época, esta região viveu uma profunda crise econômica, queda nas exportações, desemprego e taxas negativas de crescimento do Produto Interno Bruto (PIB), perda de poder aquisitivo da maioria da população e aumento da taxa de pobreza na região.

¹⁵ Honduras vivou uma ditadura militar que durou 20 anos, que iniciou em 1963 e terminou em 1982.

¹⁶É uma instituição nacional permanente, essencialmente profissional, obediente e não deliberativa constituída pelo Alto Comando, Exército, Fuerza Aérea, Fuerza Naval, Fuerza de Seguridad Pública e os órgãos determinados por sua Lei Constitutiva. Disponível em: <http://www.ffaa.mil.hn/>. Acesso em: 17 nov.2019.

¹⁷Político hondurenho, Presidente de Honduras no período de 1982 até 1986. Disponível em: <https://www.biografiasyvidas.com/biografia/s/suazo.htm>. Acesso em: 14 dic. 2020.

¹⁸ No original: “Más específicamente, fue el producto de la política de contrainsurgencia de Estados Unidos de América (EUA) para la región centroamericana. En este sentido, la transición democrática hondureña resultó ser una implantación desde el exterior y “desde arriba” (SOSA,2016).

¹⁹ Presidente de Honduras no período de 1986 até 1990. Disponível em: <https://redhonduras.com/personajes/jose-azcona-hoyo/>. Acesso em:4 Jan.2021

Adicionado a isso, a crise política vivida na América Central foi consequência da falta de condições para o desenvolvimento de uma política democrática. Isso se refletiu na existência de governos autoritários na Guatemala, El Salvador e Nicarágua. Nesse sentido, as eleições presidenciais da década de 1980 tinham como objetivo a reconstrução da democracia, exceto Costa Rica, país que não foi afetado pelo processo democrático, e Nicarágua; que experimentou o triunfo da Revolução Sandinista²⁰ em 1979. Assim, nos outros países da América Central foram realizadas as primeiras assembleias nacionais para a elaboração de novas constituições.

Nesse cenário, que não apenas atravessou Honduras, mas também os demais países da América Central, o proprietário do *Canal 5*, Rafael Ferrari, conseguiu integrar a *Asociación de Televisoras de Centroamérica y Panamá (ATELCAP)*²¹, grupo composto por empresários de televisão dos países de América Central e Panamá, entre eles: José Antonio Mourra²² da Guatemala, Boris Eserski²³, do El Salvador, Octavio Sacasa²⁴, da Nicaragua e Fernando Eleta Almaran²⁵, do Panamá. Desse modo, além de comprarem os produtos televisivos importados de forma conjunta, conseguiram transmiti-los pelo sistema de micro-ondas que era fornecido pela empresa *COMTELCA*²⁶, estabelecendo uma conexão entre os países que faziam parte da ATELCAP. Assim, através dessa integração, a emissora tinha a oportunidade de oferecer ao público programação internacional variada.

Depois da união das emissoras de televisão na América Central, em Honduras, entre os anos de 1980 e 1987, foram criados outros três “canais irmãos”, associados ao *Canal 5*: a *Telesistema Informativo (TSi)*, a *Telecadena 7/4* e o canal *Mega Clasicos*. O *TSi* é um canal de televisão aberto que iniciou suas transmissões em 1967 e que ainda está no ar. Seu formato

²⁰ Revolução armada que aconteceu em Nicarágua desde julho de 1979 a fevereiro de 1990. Disponível em: <https://www.bbc.com/mundo/noticias-america-latina-49035196>. Acesso em: 4 Jan.2021

²¹ Associação composta por proprietários de empresas de rádio e televisão da América Central e do Panamá criada entre os anos 1980 e 1990. Disponível em: <https://opencorporates.com/companies/pa/261617>. Acesso em: 23 Mar.2020

²² É um empresário hondurenho nacionalizado na Guatemala, foi proprietário de muitas rádios em Guatemala e fundou o canal de televisão “Trecevisión” em Guatemala. Disponível em: <https://es.wikipedia.org/wiki/Trecevisi%C3%B3n>. Acesso em: 20 Mar.2020.

²³ Empresário salvadorenho fundou em 1985 a Telecorporación Salvadoreña (TCS). Disponível em: <http://archivo.elsalvador.com/noticias/EDICIONESANTERIORES/2000/OCTUBRE/octubre4/ESCENARIOS/escen5.html>. Acesso em: 20 Mar.2020

²⁴ Empresário nicaraguense, presidente da rede Telecentro da Nicaragua criada em dezembro 1965. Disponível em: <https://pt.wikipedia.org/wiki/Telecentro>. Acesso em: 22 Mar.2020.

²⁵ Empresário e pioneiro da televisão em Panamá. Foi fundador e presidente de empresa Corporación Panameña de Radiodifusión (RPC Radio y Televisión). Disponível em: https://es.wikipedia.org/wiki/Fernando_Eleta_Almar%C3%A1n. Acesso em: 23 Mar.2020.

²⁶ Agência de Integração que coordena e harmoniza o desenvolvimento do setor de telecomunicações / TIC nos países membros da COMTELCA. Disponível em: <http://comtelca.org/sobre-comtelca/>. Acesso em: 23 Mar.2020.

sempre foi caracterizado pela transmissão de notícias e, atualmente, toda sua programação é noticiosa e pode ser assistido 24 horas por dia.

No caso de *Telecadena 7/4*, foi lançado em 1987 (ainda no ar) e seu nome se deve às duas frequências que o canal ocupa para sua transmissão ao nível nacional – o canal 7 VHF, de Tegucigalpa, e o canal 4 VHF, de San Pedro Sula. A emissora, atualmente, está no ar e sua programação é de natureza geral, com séries infantis transmitidas pela manhã e programas para um público adulto no período da tarde (envolvendo a exibição de programas de entretenimento de produção nacional, telenovelas e filmes). E, quanto ao canal *Mega Clásicos*, foi criado em abril de 2018 (ainda no ar), transmite o arquivo de mídia da *Televisión Centro* como séries, comédia, novelas, vídeos musicais e filmes clássicos. Sua programação é destinada a mulheres e homens com mais de 35 anos.

Tais canais se diferenciam do *Canal 5* pelas produções televisivas que são oferecidas ao público, pois a emissora apresenta programas de entretenimento como: *Las mañanas del 5* – mostra notícias das celebridades, receitas de cozinha, temas sobre moda e beleza –, telenovelas, filmes, e *game shows* e *talk shows*. Além disso, sua programação não é interrompida para transmitir notícias de última hora, como acontece no *TSi* (ele transmite notícias durante todo o dia, todos os dias), pois o *Canal 5* transmite telejornais em horários que já estão fixos, e tampouco oferece programas musicais como é o caso do *Mega clásicos*. Nesse sentido, com a criação dos canais associados ao *Canal 5* foram agrupados para formar a *Corporación Televisión Centro*²⁷ conhecida em Honduras como a *TVC*, empresa propriedade de Rafael Ferrari e uma sociedade composta por suas irmãs e cunhado, ou seja, a Família Ferrari-Villeda Toledo.

O tempo não parou o crescimento do *Canal 5* e, em 1990, ele começou a transmitir programas próprios, mas com formatos similares aos programas importados, entre eles: o programa de esportes *Cinco Deportivo* e o programa de entretenimento (*game show*) *X-O da dinero* (ainda em exibição) ambos apresentados por Salvador Nasralla, conhecido em Honduras como “el señor de la televisión”, quem além de ser apresentador de televisão se tornou uma figura política no país, já que ele foi candidato presidencial nas eleições de 2013 e será nas de 2021²⁸.

Simultaneamente, *Canal 5* lançou em 1990 um programa dirigido para as mulheres hondurenhas, com o objetivo de abrir um espaço pela manhã, “*La mujer ahora*” (não está no

²⁷ Televisión Centro, conhecida como TVC, é uma empresa hondurenha especializada na indústria televisiva fundada no ano em 1987 “com a intenção de modificar em uma solução de administração dos canais 5, 3/7 e 7/4”. Disponível em: <https://www.wikiwand.com/es/Corporación%20Televisión%20Centro> Acesso em: 17 nov.2019

²⁸ Disponível em: <https://www.elmundo.es/internacional/2017/12/18/5a379c9ee2704e06688b4576.html>. Acesso em: 23 Mar.2020.

ar), conduzido por Delia Mejía, permitindo então que o *Canal 5* ampliasse suas horas diárias de programação nesse ano.

Em 1990, Honduras era governado pelo Presidente Rafael Leonardo Callejas²⁹ do Partido Nacional. Durante sua gestão, segundo Funes (2002), a mídia foi influenciada de maneira corrupta para silenciar e atenuar as críticas em relação à implantação do modelo neoliberal que era promovido pelo seu governo e, além disso, a imposição da agenda informativa e as campanhas a favor de sua administração foram financiadas pela casa presidencial.

O mandato de Callejas terminou em 1994, quando o Partido Liberal recuperou novamente a presidência do país, com a eleição de Carlos Roberto Reina³⁰. Sua administração ficou marcada pelas reformas nas Forças Armadas após a aprovação da abolição do serviço militar obrigatório, retirando assim o protagonismo político que tiveram durante a segunda metade do século passado. Nesse ambiente, em maio de 1994, o *Canal 5* lançou seu próprio telejornal, o “*Telenoticias*” (ainda no ar), transmitido no horário nobre, às 21 horas, sendo apresentado naquele ano pelos jornalistas Rossana Guevara e Renato Álvarez. Atualmente, o informativo está no ar é apresentado por Renato Álvarez e Cristina Rodriguez.

Em 1998, o país era liderado pelo Presidente Carlos Roberto Flores³¹ quem também foi influente na mídia hondurenha, pois ele é o proprietário de um dos jornais mais importantes do país: *Diario La Tribuna*. Nesse ano, a história de Honduras registra um dos maiores desastres naturais, o furacão Mitch que destruiu o país deixando mortos, feridos, pessoas afetadas e o 60% da infraestrutura rodoviária foi destruída, acontecimento que foi transmitido pelo *Canal 5* e seus canais irmãos.

O Presidente Flores trabalhou pela reconstrução nacional que abrangia melhoras na produtividade, o fortalecimento da macroeconomia, infraestrutura e um plano de alívio de desastres, porém, o fenômeno natural não só mostrou a vulnerabilidade do país, mas também mostrou a fragilidade das instituições estatais, “além disso, o atual governo - Carlos Roberto

²⁹Político hondurenho do partido nacional de Honduras e foi Presidente desde 1990 até 1994. Disponível em: https://www.cidob.org/biografias_lideres_politicos/america_central_y_caribe/honduras/rafael_callejas_romero. Acesso em: dic.2020.

³⁰Presidente de Honduras no período de 1994 até 1998. Disponível em: https://www.cidob.org/biografias_lideres_politicos/america_central_y_caribe/honduras/carlos_roberto_reina_idi_aquez. Acesso em: 4 jan.2021.

³¹Presidente de Honduras no período de 1998-2002. Disponível em: https://es.wikipedia.org/wiki/Carlos_Flores_Facuss%C3%A9. Acesso em: 4 jan.2021.

Flores Facussé (1998-2001) - conduziu a tragédia com um estilo político autoritário, intolerante e opaco na gestão pública” (SOSA, 2016, p. 245-314, tradução nossa)³².

Embora o contexto social de Honduras durante o ano 2000 estivesse focado na recuperação do país, devido às consequências que o furacão deixou, o desenvolvimento da mídia em Honduras continuou e, com ele, novos canais de televisão surgiram no país. Assim, o aumento das exigências do público levou o *Canal 5* a oferecer um telejornal que cobrisse o período da manhã. Com isso, foi criado, em 2000, o jornal da manhã *TVC* (ainda no ar), que é transmitido pelos três canais da *Corporación Televicentro*. Posteriormente, em 2010, o telejornal mudou seu nome para *TN5 Matutino* e, hoje, é transmitido apenas pelo *Canal 5*, a partir das 5h45 até às 7 horas da manhã. Além disso, também, criou-se o primeiro programa de discussão e debate *Frente a Frente* (ainda no ar), que aborda e discute temas importantes para o país em conjunto com análises de especialistas, e é apresentado pelo jornalista Renato Álvarez, transmitido das sete às nove horas da manhã.

Nessa mesma época de 2000, o canal formou uma aliança com a empresa americana *Telemundo* para transmitir suas produções televisivas e, assim, oferecer uma variedade de opções para seus espectadores, para além das programações mexicanas já adquiridas pela *Televisa*. A partir desse momento, a *Compañía Televisora de Honduras* tornou-se conhecida pelo slogan: “*El canal que transmite las mejores telenovelas de América*”, procurando, assim, promover as telenovelas importadas.

Entre os anos 2002 e 2006, Honduras foi governada pelo Presidente Ricardo Maduro³³ do Partido Nacional. Nessa época, iniciou-se um novo período para a *Compañía Televisora de Honduras*: a transmissão em alta definição. Assim, a primeira transmissão em alta definição ocorreu em 11 de junho de 2010, com a exibição da Copa do Mundo da África do Sul. No entanto, essa mudança tecnológica aconteceu em meio de um contexto político conturbado em Honduras, pois, em 2009, o país havia sofrido um novo golpe de Estado.

O golpe de Estado de 2009 ocorreu contra o então Presidente Manuel Zelaya Rosales³⁴ eleito em 2006. Um ano depois de ser escolhido, iniciou movimentos em direção ao discurso e recursos do Presidente da Venezuela, Hugo Chávez. A partir disso, Honduras pouco a pouco

³² No original: “además, el gobierno de turno —Carlos Roberto Flores Facussé (1998-2001)— manejó la tragedia con un estilo político autoritario, intolerante y opaco en la gestión pública”. (SOUZA,2016).

³³Presidente de Honduras no período de 2002 até 2006. Disponível em: https://www.cidob.org/biografias_lideres_politicos/america_central_y_caribe/honduras/ricardo_maduro_joest. Acesso em: 4 Jan. 2020.

³⁴Presidente de Honduras nos períodos de 2006 até 2009. Foi substituído pelo Presidente do Congresso Nacional de Honduras, Roberto Michelletti, antes do final de seu mandato. Disponível em: https://www.ecured.cu/Manuel_Zelaya. Acesso em: 25 Mar.2020.

começou a entrar na geopolítica latino-americana e promoveu nos setores sociais populares do país a reivindicação política de seus direitos sociais.

Zelaya propôs a construção de um acordo nacional fora da agenda imediata do país, acima do bipartidarismo e dos processos eleitorais: a convocação (quarta urna) a uma Assembleia Constituinte para aprovar uma nova Constituição, cujo projeto foi exposto como “a solução total aos problemas nacionais ‘e que para a oposição conservadora foi’ a perda da paz e da liberdade” (CALDERÓN, 2010, p.74, tradução nossa)³⁵.

Assim, o Presidente Manuel Zelaya foi deposto por um golpe militar em 28 de junho de 2009 por tentar mudar a constituição para permitir a reeleição presidencial. O ocorrido nesse ano foi um evento que marcou não apenas a história do país e do *Canal 5*, mas também a abordagem da mídia em Honduras, já que de acordo com a jornalista Thelma Mejia,

a programação nas estações locais de rádio e televisão focava, em alguns casos de forma voluntária, a transmissão de programas de música, filmes e desenhos animados, e era interrompida apenas para ler os boletins oficiais. As notícias foram retomadas após o meio-dia, mas apenas para transmitir a ascensão do governo que substituiu Zelaya (MEJÍA, 2009, INTER PRESS SERVICE, tradução nossa)³⁶.

A partir desse momento, a polarização da mídia em Honduras foi identificada pela população hondurenha, já que num momento no qual era preciso saber o que estava acontecendo no país, a mídia escolheu transmitir filmes e desenhos animados. Assim, o *Canal 5* e seus canais irmãos formaram parte do grupo de meios de comunicação televisivos que, sob a pressão política daquele momento, escolheram evitar falar de golpe de Estado, transmitindo assim a proclamação do novo Presidente de Honduras, Roberto Michelletti³⁷, até que um novo processo eleitoral fosse convocado em 2010.

Nesse sentido, pensando nessa escolha da mídia durante essa crise política e social, na qual era necessário o estabelecimento de um diálogo, equilíbrio, confiança e debate como método de resolução de disputas e conflitos, os grupos de poder que apoiaram o golpe impuseram a desinformação, a censura e a não comunicação do que realmente estava acontecendo. Além disso, foi imposta a força contra meios de comunicação que denunciavam o ocorrido, agressões físicas a jornalistas, cortes de energia e até decreto que suspendia as garantias constitucionais de liberdade de expressão.

³⁵No original: “Zelaya propuso la construcción de un acuerdo nacional al margen de la agenda inmediata del país, por encima del bipartidismo y de los procesos electorales: la convocatoria (cuarta urna) a una Constituyente para aprobar una nueva Constitución, cuyo proyecto fue expuesto como “la solución total a los problemas nacionales” y que para la oposición conservadora era “la pérdida de la paz y libertad”. (CALDERÓN, 2010, p.74).

³⁶No original: “La programación en las estaciones de radio y televisión locales se centró, en algunos casos de forma voluntaria, en difundir programas musicales, películas y dibujos animados, y sólo fueron interrumpidas para leer boletines oficiales. Las noticias se reanudaron después del mediodía pero sólo para transmitir la asunción del gobierno que desplazó a Zelaya”. (MEJÍA, 2009, INTER PRESS SERVICE) Disponível em: <http://www.ipsnoticias.net/2009/07/periodismo-honduras-libre-expresion-vapuleada/>. Acesso em: 25 Mar.2020.

³⁷Foi Presidente do Congresso Nacional de Honduras no período de 2005-2009. Disponível em: https://es.wikipedia.org/wiki/Roberto_Micheletti. Acesso em: 18 nov.2019

Numa das principais rádios, o locutor de plantão dizia: “Temos informações importantes, mas não vamos especular, mas sim aguardar a confirmação oficial”, e no final do turno da noite, outro jornalista afirmou: “tivemos um bom dia”, definindo um padrão de comportamento inalterável ao longo do conflito (CALDERÓN, 2010, p.75-76, tradução nossa).³⁸

Essa fratura na democracia do país e a maneira com a qual foi abordada pela mídia no país fizeram com que a população colocasse em xeque a credibilidade da televisão hondurenha, refletindo que os principais meios de comunicação esqueceram seu papel na formação e construção do pensamento da sociedade. Nesse sentido, pouco depois do acontecido, ainda em 2009, o *Canal 5* e seu grupo de canais irmãos precisaram fortalecer novamente suas relações de credibilidade com seu público, pois foram considerados pelos hondurenhos como um dos meios de comunicação em Honduras que legitimou³⁹ o golpe de Estado.

Após 2009, Honduras passou por um processo de retomada da ordem nos aspectos econômicos, políticos e sociais. Novas eleições foram convocadas no país e em 2010, foi eleito Porfirio Lobo Sosa⁴⁰, que focou seu governo na reconciliação e paz nacional e, sob o ambiente de tensão, divisão, intolerância e preocupação, a mídia tentou reconstruir seu papel perante a sociedade que estava dividida por causa do golpe. Ainda hoje pode-se perceber algumas fissuras na população hondurenha como consequências do acontecido nessa época.

Nesse contexto de tensões políticas e sociais, em 2012, o *Canal 5* começou a transmitir sua programação 24 horas por dia, oferecendo uma programação na madrugada com sessões de filmes e reprises dos programas do arquivo do canal. Em fevereiro de 2014, o canal lançou o programa de entretenimento *La mañanas de 5*, que segue no ar, sendo transmitido a partir das 9 horas até o meio-dia. Seis anos após o golpe, foi lançado seu próprio sinal de alta definição e, em outubro de 2018, o canal comprou os direitos das telenovelas produzidas pela Rede Record⁴¹ do Brasil, que eram transmitidas pelo Canal 11⁴².

³⁸ No original: “En una de las principales radioemisoras el locutor de turno dijo: “tenemos una información importante, pero no vamos a especular, sino a esperar la confirmación oficial”, y al finalizar su turno de noche, otro periodista afirmó: “hemos tenido un lindo día”, definiendo un patrón de conducta inalterable a lo largo del conflicto”.(CALDERÓN, 2010,p.75-76).

³⁹ Informação sobre os empresários que legitimaram o golpe de Estado em Honduras em 2009. Disponível em: http://www.cadtm.org/spip.php?page=imprimer&id_article=4821. Acesso em: 18 nov.2019.

⁴⁰Presidente de Honduras no período de 2010 até 2014. Disponível em: https://www.cidob.org/biografias_lideres_politicos/americas_central_y_caribe/honduras/porfirio_lobo_sosa. Acesso em: 5 Jan.2021.

⁴¹ “É um canal de televisão geral em sinal aberto do Brasil, de propriedade do Grupo Record. Emite nacionalmente através de canais próprios e estações afiliadas, sendo a segunda maior rede do país”. “Fundado em 27 de setembro de 1953 por iniciativa do empresário Paulo Machado de Carvalho, no canal 7 da VHF em São Paulo, por mais de três décadas, era apenas um canal de televisão focado na capital paulista”. Disponível em: <https://www.wikiwand.com/es/RecordTV>. Acesso em: 18 nov.2019

⁴² “É uma estação de transmissão de televisão geral hondurenha, lançada em 11 de novembro de 1996 e de propriedade da R-Media e do Grupo Continental e operada pela Sociedad Televisora S.A. (SOTELSA)”. Disponível em: [https://www.wikiwand.com/es/Canal_11_\(Honduras\)](https://www.wikiwand.com/es/Canal_11_(Honduras)). Acesso em: 18 nov.2019.

1.1.2. O Canal 5: uma visão no contexto atual

Desde 1959, *Canal 5* transmitiu diferentes tipos de programas, bem como, acontecimentos importantes para o país e que ao longo do tempo foram acompanhados pelos hondurenhos: a partir de 1971, a emissora transmitiu 12 eventos eleitorais em Honduras, também a difusão do furacão Fifi em 1974 e o furacão Mitch, em 1998. Assim, com uma trajetória que inclui aspectos políticos, sociais, culturais de Honduras e o processo de transformação da emissora, em 2019, completou 60 anos de existência e para comemorar sua fundação sua imagem corporativa foi renovada.

Na atualidade, *Canal 5* oferece para o público uma programação variada que inicia às 5h45 e finaliza às 23 horas, durante toda a semana, apresentando conteúdos nacionais e importados e, a partir das 23h até a madrugada, exhibe reprises de programas do canal e filmes. Nesse sentido, uma das características da emissora é que desde sua fundação ela tem transmitido produções audiovisuais de países como: México, Estados Unidos e Brasil. Ainda hoje há a exibição de produções importadas como séries, filmes, programas de entretenimento e telenovelas.

Outro aspecto importante do canal é seu destaque para as difusões esportivas em Honduras, pois tem os direitos de transmissão de vários eventos, como a Liga Nacional de Futebol de Honduras, a Copa Mundial de Futebol, mundiais juvenis, Liga de Futebol Mexicana, a Eurocopa, o Mundial Futebol Praia e o Mundial Futebol de Salão (Futsal)⁴³.

Assim, com as exigências do mundo globalizado e a tecnologia que chegou a facilitar processos que antes eram muito caros, a empresa *Televiscentro* da qual o *Canal 5* faz parte, aproveitou os desenvolvimentos tecnológicos para criar seu aplicativo móvel. Desta forma, qualquer usuário com um *smartphone* pode assistir aos programas nacionais e estrangeiros, bem como, programas de notícias. Além disso, a população hondurenha tem a possibilidade de acompanhar todo o conteúdo televisivo do *Canal 5* através do site de *Televiscentro*⁴⁴, embora, no caso dos programas internacionais, só estejam disponíveis para serem assistidos em território hondurenho.

Um dos momentos marcantes na história do canal é o falecimento, em 12 de dezembro de 2018, de seu proprietário, José Rafael Ferarri Sagastume. Além de ser conhecido em

⁴³ “O futsal, também chamado de futebol de salão, é um esporte coletivo semelhante ao futebol de campo, porém possui suas peculiaridades”. Disponível em: <https://www.todamateria.com.br/futsal/>. Acesso em: 26 de Oct. 2020.

⁴⁴ Site de Televiscentro para assistir sua programação. Disponível em: <https://www.televiscentro.hn/>. Acesso em: 19 Mar.2020

Honduras como um importante empresário das telecomunicações no país, foi um membro de alto escalão da Organização Ibero-Americana de Televisão (OTI)⁴⁵.

Após a morte do fundador do canal, muitas mudanças foram percebidas na programação dos canais da *Televisión Centroamericana*. Houve a contratação e incorporação de uma consultoria colombiana, cujo objetivo era reestruturar alguns programas de televisão, promover modificações nos noticiários da televisão, criar novos programas de entretenimento para os diferentes canais de *Televisión Centroamericana* e incluir telenovelas colombianas na programação do *Canal 5* – ainda que sem deixar de lado a transmissão de programas e telenovelas mexicanas e norte-americanas.

1.2. Da constituição do perfil do *Canal 5*: processos da globalização na TV hondurenha

A televisão é um meio de comunicação criado no século XX e que, para além de seu caráter comunicacional, ocupa um espaço estratégico nas dinâmicas culturais da sociedade. Em Honduras, a tevê é um dos meios com maior aceitação se tornando uma necessidade nos lares hondurenhos.

De acordo com a pesquisa realizada em 2016 pela *Comisión Nacional de Telecomunicaciones en Honduras (CONATEL)*⁴⁶ sobre o serviço de televisão de Honduras, a cobertura do serviço de televisão aberta nos lares hondurenhos alcança 63% da população; enquanto a cobertura do serviço de assinatura a cabo chega à 82%, o que significa que a televisão aberta foi substituída pela TV paga. Apesar disso, a população que não têm o serviço de televisão por cabo têm a possibilidade de assistir televisão nacional aberta, já que contam com uma ampla gama de canais que oferecem seu sinal para que o público possa acessar seus conteúdos.

Em Honduras, na atualidade, é muito comum encontrar nos canais de televisão uma extensa programação que é produzida principalmente por países exportadores de conteúdo televisivo como: Estados Unidos, México, Brasil, Colômbia e Argentina. Esses conteúdos

⁴⁵“É uma organização fundada na Cidade do México a 19 de março de 1971. Reúne as empresas televisivas dos países da Ibero-América, cuja produção é realizada em língua castelhana ou em língua portuguesa, e suas funções são incentivar e reforçar as relações entre as organizações e as empresas de televisão que operam nessas línguas. Neste sentido, põe em jogo todos os meios legais e técnicos que sirvam ao intercâmbio das distintas áreas que a televisão afecta: cultura, desportos, informação e a política internacional”. Disponível em: https://pt.wikipedia.org/wiki/Organiza%C3%A7%C3%A3o_das_Telecomunica%C3%A7%C3%B5es_Ibero-americanas. Acesso em: 23 Mar.2020

⁴⁶ Estudo de mercado dos serviços de televisão por assinatura em Honduras, realizada pela Comisión Nacional de Telecomunicaciones (CONATEL). Disponível em: <http://www.conatel.gob.hn/doc/indicadores/2016/INFORMEdeEstudiodelServiciodeTelevisiónporSuscripción.pdf>. Acesso em 27 dic. 2019

internacionais competem diariamente com as poucas produções nacionais, já que a televisão hondurenha não gera produção audiovisual suficiente para preencher sua programação.

Nesse sentido, as grandes empresas de televisão de Honduras buscam formar alianças estratégicas com empresas internacionais produtoras de conteúdo televisivo, através dos festivais internacionais da indústria audiovisual⁴⁷ que acontecem em vários países como: Estados Unidos, Brasil, Colômbia, México, Argentina e França. De acordo com, Kalikoske (2010), as entidades globais procuram concretizar e expandir suas formas de produção, assim, “a realização de alianças, mesmo que não seja algo inovador – uma vez que tal processo, ainda que embrionariamente, é concebido antes mesmo do advento do mercantilismo – se intensifica com o aprimoramento das co-produções, pré-vendas e dos *joint-ventures*⁴⁸” (KALIKOSKE, 2010, p. 45).

Assim, nesses festivais internacionais da indústria da televisão, as emissoras têm a oportunidade de adquirir “os principais grupos de produtos: os programas prontos (ou enlatados), os roteiros e os formatos franqueados” (COSTA; AMANCIO, 2015, p. 156) com o objetivo de fortalecer seu mercado e consolidar seu público.

Segundo Hilmes (2013, p. 35-41 *apud.* SINCLAIR, 2014, p. 65), existem quatro tipos de formatos que circulam no mercado da televisão latino-americana: as séries importadas que “têm sido a forma preeminente de comercialização onde sua origem estrangeira é evidente o texto é fechado”, as séries adaptadas, ou seja, programas refeitos com o objetivo de acolher a um contexto cultural diferente, mas não fundamentalmente de língua diferente, pois esse formato mantém elementos centrais do programa original.

O terceiro é o formato ficcional que “é a mais aberta às reformulações, tanto do texto quanto de outros tipos: *adaptação extrema*, como se verifica em algumas das muitas manifestações globais de *Yo soy Betty, la fea*, também conhecida como *Ugly Betty* na versão em língua inglesa” (HILMES, 2013 *apud.* SINCLAIR, 2014, p. 65), e finalmente, os formatos de *reality*, como os *game show* que procuram ficar próximos ao formato original.

⁴⁷ Os festivais internacionais da indústria audiovisuais é o ponto de encontro de produtores e distribuidores, que oferecem seus produtos televisivos para potenciais empresas compradoras. O site *E-MOTION* apresenta uma listagem dos festivais audiovisuais mais importantes para produtores e criadores de conteúdo Disponível em: <http://emotion.com.co/las-ferias-audiovisuales-mas-importantes-productores-creadores-contenido/>. Acesso em 29 Mar.2020.

⁴⁸ “A expressão *joint-venture* quer dizer "união com risco". Ela, de fato, refere-se a um tipo de associação em que duas entidades se juntam para tirar proveito de alguma atividade, por um tempo limitado, sem que cada uma delas perca a identidade própria”. Disponível em: http://www.ipea.gov.br/desafios/index.php?option=com_content&id=2110:catid=28&Itemid=23. Acesso em: 11 Maio.2020

Relacionando isso com a televisão hondurenha, é muito comum encontrar o formato ficcional na programação. De acordo com Thelma Mejía (2013), em Honduras, “os formatos utilizados pelas emissoras com mais recursos são novelas, telefilmes, desenhos animados, humor, comédias, esportes, notícias e programas de debate de opinião. Elas também se interessam pelos *talk-shows* nacionais e internacionais” (MEJIA, 2013, p. 238, tradução nossa)⁴⁹.

Deve-se destacar que a compra desses formatos televisivos estrangeiros é mais barata do que produzir; assim, uma empresa que não tem a capacidade econômica para produzir programas televisivos nacionais para exibi-los e exportá-los procura comprar pacotes de conteúdo audiovisual para depois oferecê-los ao público. Vale ressaltar que isso não ocorre apenas em Honduras, já que a compra de “enlatados”⁵⁰ é um fenômeno que acontece em quase todos os países do mundo.

Para entender isso, é preciso lembrar o início da televisão na década de 1950, quando “a televisão norte-americana exibia mais filmes (mesmo filmes antigos) do que programas ao vivo, inclusive faroestes como *Gunsmoke*, que passou durante 20 anos, e *Disneylândia*. O principal fornecedor era a Warner Brothers; a ABC, com um novo presidente que tinha ligações com Hollywood, era o principal comprador” (BRIGGS; BURKE, 2006, p. 235).

Além dos filmes, os programas americanos incluíam espetáculos de jogos e novelas. Por outro lado, entre 1960 e 1970, a Grã-Bretanha tentava fortalecer seu mercado e, com isso, a BBC procurava “recobrar a competitividade nos esportes (Grandstand, 1958) e nas comédias. Os ‘sitcoms’ (comédias de situação) britânicos eram mais populares do que as séries dramáticas, embora as últimas tenham prendido a atenção de espectadores tanto fora como dentro de casa” (BRIGGS; BURKE, 2006, p. 238).

De acordo com Briggs e Burke (2006), existiam diferenças muito grandes entre Estados Unidos e Grã-Bretanha. Apesar de suas redes televisivas serem muito fortes, seus objetivos eram diferentes. Nesse sentido, no meio da década de 1950, a televisão americana começou a olhar para o exterior, quando a CBS estabeleceu afiliadas em Cuba, México, Porto Rico e em 20 cidades do Canadá. Assim, fora da Europa, o modelo de televisão comercial americano se expandiu procurando oferecer entretenimento para o público.

⁴⁹ No original: “Los formatos que manejan las televisoras con mayores recursos son las telenovelas, *telefilms*, dibujos animados, humor, comedias, deportes, noticias y los programas de debate de opinión. También han incursionado en *talkshow* nacionales e internacionales” (MEJIA, 2013, p. 238).

⁵⁰ “O termo “enlatado” ou “lata” é utilizado pelos profissionais para se referirem aos programas televisivos prontos, vendidos a outros territórios. Para serem consumidos em outros mercados, geralmente passam somente pelo processo de legendagem, dublagem ou *voice over*. Destacam-se, neste rol, telenovelas, filmes, seriados e animações” (COSTA; AMANCIO, 2015, p. 156).

A liderança na exportação da televisão americana, segundo Wilson O. Dizard (1996), era evidente, pois ele notou uma diferença entre os estilos dos programas, bem como em suas estruturas institucionais. Entretanto, na América Latina, a telenovela, uma narrativa de drama doméstico de custo baixo, converteu-se num gênero televisivo popular (no qual os capítulos apresentados tinham uma duração de meia a uma hora e eram transmitidos todos os dias, exceto aos domingos e os feriados, e gravados só no dia anterior ao da sua exibição) mantendo um lugar forte desse gênero na programação das emissoras latino-americanas (BRIGGS; BURKE, 2006).

Por outro lado, “a partir dos anos 1990, o comércio de programas televisivos ao redor do mundo sofreu importantes mudanças, impulsionadas principalmente pela queda do comunismo e pelo crescimento da TV por assinatura” (COSTA E AMANCIO, 2015, p. 156). Isso levou a um aumento da demanda pelos conteúdos, de modo que os mercados de compra e venda dos programas televisivos se expandiram e os produtos foram diversificados, transformando diversos países em potenciais vendedores de produtos audiovisuais.

Nesse contexto, os países exportadores de conteúdo da América Latina ampliaram a exportação de seus produtos televisivos, consolidando seu mercado. Exemplo disso é o fato de que “Globo e Televisa, maiores conglomerados de comunicação da América Latina, passam a implementar estratégias direcionadas ao mercado externo, visando a transnacionalização de seus produtos de ficção, especialmente telenovelas” (KALIKOSKE, 2010, p. 5).

De acordo com Kalikoske (2010), a Globo começou sua expansão quando adquiriu o canal de televisão da Itália Telemontecarlo “um vácuo na legislação italiana – que posteriormente acaba por beneficiar o grupo brasileiro – e o elevado faturamento propiciado pelo mercado europeu foram determinantes para esta transnacionalização de nível empresarial” (KALIKOSKE, 2010, p. 5). No caso da empresa mexicana Televisa, iniciou-se o processo para aumentar as produções de telenovelas para o mercado latino-americano.

1.3. A globalização no mercado televisivo: um processo de transformação sociocultural

As novas tecnologias, ligadas à Revolução Industrial em meados do século XIX, provocaram a explosão da comunicação internacional, vão desde a transferência da informação de longa distância até as conexões entre as principais cidades do mundo, através das comunicações telegráficas (CHALABY, 2005). Assim, a crescente interconexão entre diferentes partes do mundo produz uma realidade evidente e notável, pois os mercados mundiais foram criados, as relações interculturais e a comunicação internacional se intensificaram, bem como os fluxos de mídia e produtos simbólicos cresceram exponencialmente.

Em outras palavras, a Revolução Industrial foi suplantada pela revolução da comunicação, já que “o tempo (e distância) foi redefinido sob a influência, primeiro, da ferrovia e do primeiro barco a vapor; e depois, de um conjunto de novos meios de comunicação – telégrafo, rádio, fotografia e cinema” (BRIGGS; BURKE, 2006, p. 109).

Nesse sentido, é importante refletir que, com desenvolvimento das novas tecnologias, especialmente as que estão ligadas à comunicação, os conglomerados transnacionais de comunicação e divulgação de informação nasceram se consolidaram até os nossos tempos, permitindo articular os mercados internacionais e reforçar as dimensões políticas, culturais e comunicacionais das diferentes sociedades.

As exigências da globalização levaram a mudanças evidentes na televisão em todo o mundo e, com isso, “a expansão do número de canais, a diversificação e crescimento da televisão a cabo e as conexões via satélite aumentaram o tempo de programação, impulsionando uma demanda intensiva de programas, que abre ainda mais o mercado à programação latino-americana” (MARTÍN-BARBERO; REY, 2001, p. 112), abrindo assim, pequenos espaços na proeminência televisiva americana e transformando a divisão no mundo entre os países produtores e exportadores de conteúdo e aqueles que são unicamente receptores e compradores de produtos importados.

Assim, articulando isso com nosso objeto de estudo, entendemos que devido às demandas do público, a transformação dos gostos e a criação de novas audiências, o *Canal 5* foi capaz de expandir e diversificar sua oferta televisiva, oferecendo aos telespectadores uma programação com conteúdos variados, além do investimento em grupos de importação na América Central para a compra de produtos televisivos importados, bem como, as alianças com empresas produtoras de televisão de México e Estados Unidos, para a transmissão de programas ao longo dos anos.

Nesse sentido, compreendemos que isso aconteceu pelas possibilidades inauguradas da globalização ao redor do mundo e em Honduras. Desta forma, com a chegada da comunicação via satélite e outras tecnologias capazes de atravessar as fronteiras e distribuir o mesmo conteúdo para muitas nações e ao mesmo tempo, houve um crescimento da programação.

Porém, a globalização não pode ser pensada somente como um processo tecnológico, além disso, não significa necessariamente que deva ser associada apenas ao surgimento da industrialização ou da modernidade em geral, pois engloba aspectos econômicos, sociais e culturais que levam à interconexão e criação de mercados, sociedades e culturas. Ao refletir nesse processo, desde a perspectiva comunicacional, podemos dizer que as formas de interação social, bem como os fluxos de informação, estão aumentando notavelmente com a influência

de produtos transnacionais e isso contribui para o surgimento de novas maneiras de interagir socialmente, possibilitando a construção de formas de pensamento sociais, políticas e culturais.

Assim, as indústrias audiovisuais jogam no lugar estratégico “das imagens que de si mesmos fazem os povos e com as que se fazem reconhecer pelos demais povos” (MARTÍN-BARBERO; REY, 2001, p. 112). Exemplo disso, é o cinema com os filmes e a televisão com seus conteúdos. No caso da tevê, podemos dizer que a telenovela é o gênero ficcional que representa as realidades sociais, políticas e culturais das sociedades latino-americanas. (MARTÍN-BARBERO; REY, 2001).

Nesse sentido, com a expansão da programação latino-americana, Martín-Barbero e Rey (2001) fazem uma crítica ao excesso de enlatados e programas prontos na televisão, já que eles consideram que é importante distinguir entre “a cumplicidade da televisão com as manipulações do poder e dos interesses mercantis” (MARTÍN-BARBERO; REY, 2001, p. 26). Segundo os autores, o excesso de enlatados arrebatava as esperanças de criatividade e de enriquecimento cultural, porque apresenta e reforça conceitos racistas, machistas permitindo contagiar de banalidade e mediocridade ao público, através da programação que é oferecida pelos canais de televisão.

Martín-Barbero e Rey (2001) consideram que a televisão está localizada num “lugar estratégico”, ou seja, na cotidianidade da população, na transformação das sensibilidades, e nos modos de construir imaginários e identidades. Portanto, entendemos que a TV é muito mais que um dispositivo de entretenimento e diversão, já que é um sistema que participa da construção de imaginários coletivos, adaptando e afetando o cotidiano e os gostos.

Assim, a tevê, tem um papel real na sociedade, um espaço que lhe permite cumprir com as funções de informar, socializar, construir pensamentos coletivos e ampliar o olhar do mundo comum. Deste modo, a televisão, então, abrange aspectos que ocupam os diálogos do cotidiano, pois ela “trabalha hoje com padrões sofisticados, e superou há muito a mera transmissão de imagens do mundo: ela fabrica suas imagens e o mundo próprio” (FRANÇA, 2006, p. 19).

Igualmente, “a televisão é a mídia que mais radicalmente irá desordenar a ideia e os limites do campo da cultura: suas cortantes separações entre realidade e ficção, entre vanguarda e kitsch, entre espaço de ócio e de trabalho” (MARTÍN-BARBERO; REY, 2001, p. 33). Nesse sentido, além de procurar um espaço na ideia ilustrada da cultura, a experiência audiovisual precisa ser observada a partir da raiz, quer dizer, desde as próprias maneiras de se relacionar com a realidade até as transformações da percepção pessoal do espaço e do tempo.

Quer dizer, então, que com a globalização, cresce o contato das diversas culturas que existem no mundo a partir da troca dos produtos com conteúdo simbólico, ou seja, os produtos

culturais (RIBEIRO; BORINI, 2004). Dessa forma, as diferentes sociedades experimentam o contato cultural pela troca e intercâmbio de elementos e valores simbólicos que definem e representam cultural e socialmente uma sociedade.

Isso reforça o pensamento que colocamos anteriormente — a globalização é mais que um processo tecnológico —, pois permite que através das expressões culturais a interconexão de Estados, regiões e indivíduos seja alcançada. Em outras palavras, possibilita que se conheçam múltiplas identidades de diversas partes do mundo, mesmo das regiões mais remotas. Ou seja, mesmo as regiões que há poucos anos eram completamente desconhecidas, agora conhecemos seus valores, imagens, costumes, crenças, linguagem, e até os elementos que as identificam e as diferenciam umas das outras, e assim, construindo uma nova visão de mundo.

Para Canclini (1997) existe uma diferença entre os conceitos de internacionalização e globalização e o autor define o primeiro como o “processo de abertura de fronteiras geográficas de cada sociedade para incorporar bens materiais e simbólicos de outras” (CANCLINI, 1997, p.17). Quanto à globalização, Canclini esclarece que deve ser visto como uma “interação funcional de atividades econômicas e culturais dispersas” (p.17), já que nela é mais importante a rapidez com que esses bens e serviços transitam no mundo do que as origens geográficas a partir das quais se está alcançando novas culturas.

A globalização, então, permite a integração das distintas nações e dos diferentes setores dentro de cada nação, no entanto, a relação com culturas locais e as regionais não pode ser analisada com objetivo de homogeneizá-las. As diferenças nacionais permanecem sob a transnacionalização, assim como a maneira pela qual o mercado reorganiza a produção e o consumo com o objetivo de gerar maiores lucros, acumulando desigualdades (CANCLINI, 1997). Isto quer dizer que as nações não produzem os mesmos produtos culturais porque não estão igualmente localizadas no mercado de bens simbólicos; em outras palavras, cada país elabora produtos culturais que vão além da sua característica material ou seu valor comercial, já que eles carregam, representam e comunicam significados culturais de seu país de origem.

Por exemplo, um dos produtos culturais que representa o Brasil são as telenovelas e o que elas mostram está relacionado ao repertório cultural do país e sua produção e exibição permite inseri-las no mercado simbólico; mas, ao serem exibidas em outros contextos, diferentes repertórios culturais são acionados – ou seja, passam a existir em outros mercados simbólicos (como em Honduras), de modo que, outros sentidos são construídos, pois a sociedade brasileira tem diferentes necessidades e perspectivas culturais com relação à sociedade hondurenha.

De acordo com Waisbord (2004), existem dois aspectos importantes no desenvolvimento da televisão contemporânea: “a globalização do modelo de negócios de televisão e os esforços de empresas nacionais e internacionais para enfrentar a resistência das culturas nacionais” (WAISBORD, 2004, p. 360). O autor explica que, com a globalização, a interconectividade entre o mercado da indústria televisiva aumentou em todo o mundo, já que essa conexão acontece pelos vínculos estruturais e institucionais que existem entre os sistemas e as indústrias da televisão no mundo, permitindo que este seja um comércio global integrado com métodos e objetivos iguais. Essa ideia é refletida na popularidade dos formatos televisivos, pois sua difusão global pode sugerir não apenas a integração global da economia da indústria, mas também a padronização de conteúdo.

Neste ponto, podemos dizer que as maneiras de obter esses objetivos acabam sendo diferentes, pois dependem da posição no mercado dos bens simbólicos. Entendendo, assim, que a ideia de Waisbord (2004), é de uma conexão unificada e integral, noção que é colocada em xeque com a perspectiva latino-americana, já que na medida que as sociedades mudam os processos de intercâmbio de significados de símbolos e imagens estimulados pela globalização, geram novos sentidos sociais e culturais. Isso acontece em função do contato que a sociedade tem com a mídia e as tecnologias da informação, o que permite construir novos olhares das diversas culturas. Em outras palavras, o resultado disso, é uma “a ampliação das possibilidades de interação, relação e comunicação nos diversos âmbitos sociais” (SGORLA, 2009).

Focando no campo da televisão, a nível mundial, o comércio dos programas televisivos não é uma questão nova, pois circulam gêneros e formatos de tevê adaptados e produzidos por empresas produtoras de diversos países. Assim, com a globalização, as indústrias televisivas conseguiram ocupar maior número de horas na programação, pois “o surgimento de um ambiente liberalizado e multicanal levantou a possibilidade de que os grandes produtores se beneficiassem do aumento da demanda gerada pela explosão no número de horas de televisão” (WAISBORD, 2004, p. 362, tradução nossa⁵¹).

Nesse sentido, as redes de distribuição estabelecidas e o comércio inigualável permitiram que as empresas produtoras de conteúdo televisivo dos Estados Unidos estivessem prontas para lucrar enormemente com essas mudanças (WAISBORD, 2004). Conforme Waisbord, “a globalização das indústrias de televisão parecia inequivocamente projetada para beneficiar Hollywood. O fato da maioria dos sistemas ter mudado para um modelo ‘americano’

⁵¹No original: “The emergence of a multichannel, liberalized environment raised the possibility that large producers would benefit from increased demand generated by the explosion in the number of television hours” (WAISBORD, 2004, p. 361).

de televisão deu uma vantagem substancial à indústria que o inventara”. (WAISBORD, 2004, p. 361, tradução nossa⁵²).

No entanto, a estandardização da televisão comercial e as indústrias amadureceram e outras empresas nacionais de televisão começaram a produzir e exportar seus conteúdos. Assim, o modelo criado para beneficiar a indústria americana também foi capaz de beneficiar o crescimento da produção e exportação de outras empresas e outros países,

consequentemente, dezenas de empresas de televisão com sede na Europa Ocidental, Austrália e Nova Zelândia ganharam mais do que uma posição no mercado global de televisão. Isso é evidenciado pelo comércio de formatos de programas. Muitas empresas da Europa Ocidental são detentoras de direitos autorais de formatos de hits recentes. A imprensa comercial apelidou a Europa de "líder da programação da realidade" (Fry 2000). O sucesso da televisão britânica Celador e Pearson, da Endemol da Holanda ou da Strix da Suécia é uma evidência de que o grupo de produtores não está mais limitado às empresas tradicionais de Hollywood (WAISBORD, 2004, p. 361, tradução nossa⁵³).

Assim, isso permitiu que as redes corporativas internacionais conseguissem referências sobre os programas de televisão que tiveram sucesso. Dessa forma esses formatos de maior sucesso podiam ser adaptados para outros contextos e exibidos em outros países do mundo. Exemplo disso são os programas “*Big Brother*”, da holandesa Endemol, e o “*Caiga quien caiga*” (CQC), criado pelo canal argentino El Trece. Segundo Waisbord (2004), com a estandardização da tevê, a globalização gerou a tendência à imitação e relutância em promover a inovação subjacente à transmissão comercial. Além disso, permitiu a incorporação de sistemas de TV por meio de redes comerciais e profissionais, já que a presença global das empresas de mídia levou a padronizar as bases da produção televisiva.

Refletindo sobre esse aspecto, no caso de Honduras, comprar uma produção televisiva que é produzida em outro país como México, Estados Unidos ou Brasil é muito mais barato do que fabricá-la em Honduras. Ao comprar produções internacionais, as emissoras economizam os custos das tecnologias de vídeo e tudo o que envolve fazer um programa de televisão, no entanto, ao privilegiar o consumo dos produtos prontos, reduz-se a possibilidade de investimento e fortalecimento da produção nacional.

⁵²No original: The globalization of television industries seemed unequivocally designed to benefit Hollywood. The fact that most systems shifted toward an “American” model of television gave a substantial advantage to the industry that had invented it (WAISBORD, 2004, p. 361).

⁵³No original: “Consequently, dozens of television companies based in Western Europe, Australia, and New Zealand gained more than a foothold in the global television market. This is put in evidence by the trade of program formats. Many Western European companies are the copyright holders of recent hit formats. The trade press has dubbed Europe “the leader of reality programming” (Fry 2000). The success of Britain’s Celador and Pearson, Holland’s Endemol, or Sweden’s Strix television is evidence that the pool of producers is no longer limited to traditional Hollywood companies” (WAISBORD, 2004, p. 361).

Nesse sentido, tentando compreender o fenômeno das importações de programas televisivos, Straubhaar (1994, *apud*. Lozano, 2007) realizou uma análise dos fluxos de programas de televisão transmitidos nos anos 1962, 1972, 1982 e 1991, em diferentes países da Ásia, América Latina, América do Norte e Caribe e as comparou com o consumo real. O autor partia da hipótese de que o consumo dos programas televisivos era vinculado ao que ele denominou “proximidade cultural”.

Para o autor, a proximidade cultural se daria pela suposta tendência do público a assistir a programas de televisão mais próximos, ou mais relevantes para eles, nos sentidos culturais e linguísticos: “sua primeira preferência tenderá a ser material produzido em sua própria língua e cultura local ou nacional. Pesquisas de recepção tendem a mostrar uma forte preferência pelas produções nacionais, mas elas são criadas e transmitidas apenas quando é economicamente possível e quando a experiência para produzi-las foi adquirida” (LA PASTINA; STRAUBHAAR, 2005, p. 273, tradução nossa⁵⁴). No entanto, os resultados dessa pesquisa mostraram apoio limitado à proposta da proximidade cultural

embora na maioria dos países detectou um aumento na produção local e sua localização no horário nobre, em pequenos países do terceiro mundo, as importações americanas continuavam dominando as importações locais e regionais. Da mesma forma, a preferência por produções da região cultural à qual o país em questão pertencia também foi parcialmente apoiada, e mais claramente na América Latina, onde países pequenos como a República Dominicana importaram mais programas de países da América Latina como México e Brasil do que do Brasil e Estados Unidos (STRAUBHAAR, 1994, p.143, *apud*, LOZANO, 2007, p. 69, tradução nossa⁵⁵).

Após esse estudo, em nova pesquisa, La Pastina e Straubhaar (2005), discutiram que a expansão do consumo de produtos importados é associada àquilo que eles denominam “proximidade cultural”, mas agora definido por novas bases. Adaptando essa perspectiva, os autores explicam que existem dois fatores combinados que permitem que o público tome a decisão de assistir um programa de televisão: primeiro, o público tende a escolher programas culturalmente mais relevantes ou próximos; e, segundo, essa proximidade tende a ser definida por espaços históricos com semelhanças culturais e linguísticas.

⁵⁴ No original: “Their first preference would tend to be for material produced within their own language and local or national culture. Audience research tends to show a strong preference for national productions, but those are only created and broadcast when economically possible and when the expertise to produce them has been acquired” (LA PASTINA; STRAUBHAAR, 2005, p. 273).

⁵⁵No original: “ya que si bien en la mayoría de los países detectaron un aumento de la producción local y la ubicación de ésta en los horarios estelares, en los pequeños países tercermundistas las importaciones estadounidenses continuaban predominando sobre las locales y las regionales. Asimismo, la preferencia por producciones de la región cultural a la que pertenecía el país en cuestión era también apoyada parcialmente, y con mayor claridad en América Latina, donde países pequeños como República Dominicana importaban más programas de países latinoamericanos como México y Brasil que de los Estados Unidos (STRAUBHAAR, 1994, p.143, *apud*, LOZANO,2007, p.69).

Na nossa perspectiva, as mesclas culturais desse contexto que é apresentado por esses autores, interferem nos processos de consumo cultural e transformam o que é identificado como “nacional”, pois as culturas e as sociedades estão mudando constantemente, bem como, as maneiras de dimensionar os sentidos do mundo são diferentes, fazendo com que esses elementos “criadores” dessa proximidade percam o sentido.

1.4. A transnacionalização dos produtos televisivos: dos produtos televisivos o panorama da América Latina

De acordo com Vasallo e Orozco (2012), o conceito de transnacional, discutido nas abordagens dos estudos culturais de mídias, representa o sistema híbrido de fluxos de audiências, capital, cultura, consumos, entidades corporativas e os avanços tecnológicos que são os produtos da globalização.

Assim, “o transnacional desafia uma assumida oposição binária entre o nacional e o internacional, mostrando a porosidade das fronteiras nacionais e a qualidade híbrida das diferentes formações simbólicas e materiais em que se sustenta a construção de identidades culturais” (VASALLO; OROZCO, 2012, p. 73). Nesse sentido, o desenvolvimento da indústria da televisão permitiu que os formatos televisivos se convertessem em produtos importantes no fluxo de bens e serviços, de forma que os programas de sucesso no mercado nacional foram transformados e adaptados para alcançar igual sucesso em mercados internacionais.

Exemplo disso são as telenovelas que, segundo Kalikoske (2010), são o formato televisivo da América Latina que têm deslocamento internacional, sendo um negócio muito rentável para seus investidores. No caso das empresas Globo⁵⁶, do Brasil, e da Televisa⁵⁷, do México, duas importantes empresas de comunicação na América Latina, suas estratégias de comercialização permitiram a exportação de seus produtos televisivos não apenas para outros países da América Latina, mas também para vários países nos Estados Unidos, Europa Oriental e Ocidental, Ásia e Oriente Médio⁵⁸.

⁵⁶“É o maior conglomerado de mídia e comunicação do Brasil e América Latina, composto pelo (a) Rede Globo, Sistema Globo de Rádio, Globosat, Infoglobo, Editora Globo, Globo.com, Som Livre e Zap Imóveis, além de ser mantenedor da Fundação Roberto Marinh”. Disponível em: https://pt.wikipedia.org/wiki/Grupo_Globo. Acesso em: 30 Mar. 2020.

⁵⁷ “Conglomerado de mídia mexicano fundado em 8 de janeiro de 1973 a partir da fusão do Telesistema Mexicano com a Televisión Independiente de México. A empresa tornou-se conhecida no mundo inteiro por exportar programas de televisão, em especial telenovelas”. Disponível em: <https://pt.wikipedia.org/wiki/Televisa>. Acesso em: 30 Mar. 2020.

⁵⁸ “Para a América Latina, no quesito novela, não há competição. As duas maiores produtoras mundiais desse tipo de produto residem no México e no Brasil. Televisa e TV Globo, respectivamente, produziram 1043 novelas desde suas estreias (em 1951 e 1965) até 2016” (CORREIO BRAZILIENSE). Disponível em: <https://www.correiobraziliense.com.br/app/noticia/diversao-e->

Para chegar à transnacionalização dos produtos televisivos como as telenovelas, os países exportadores de conteúdo audiovisual – Brasil, México, Venezuela, Argentina, Chile, Colômbia, Chile e Peru – precisaram da “apropriação do gênero em cada país: sua nacionalização” (MARTÍN-BARBERO; REY, 2001, p.118). Quer dizer que, a telenovela como produto cultural tem características próprias e específicas, esse gênero contém uma estrutura dramática que é adaptada segundo o contexto cultural, as condições da produção e a sua narrativa visual, de acordo com o país que o produz e exporta, permitindo ocupar um espaço significativo no cenário da cultura popular das sociedades.

Entendemos que as narrativas desse gênero expõem de maneira ampla as culturas dos povos, os modos de sentir e de viver dos países latino-americanos, onde a maioria das histórias reflete muito da vida social, pois a natureza desse gênero é o reconhecimento. Isso é fundamentado por Martín-Barbero e Rey (2001) ao explicarem que a televisão representa claramente o reconhecimento sociocultural

do desfazer-se e do refazer-se das identidades coletivas, dos povos e dos grupos a melhor demonstração desses cruzamentos entre memória e formato entre lógicas da globalização, é constituída, sem dúvida pela telenovela: essa narrativa televisiva que representa o maior sucesso de audiência dentro e fora de América Latina (MARTÍN-BARBERO; REY, 2001, p. 114-115).

Sendo assim, este é um gênero que estimula o crescimento da indústria televisiva na América Latina, já que mescla os progressos tecnológicos da mídia com o anacronismo narrativo que compõem e refletem a vida cultural dos povos (MARTÍN-BARBERO; REY, 2001, p. 115). No caso de Honduras, Mejía (2013) coloca não apenas as telenovelas como um formato televisivo de sucesso, mas também as produções de tevê com temas específicos:

as séries mais famosas em telenovelas, nesta época, são as colombianas que estão ligadas ao assunto tráfico de drogas. A cadeia mexicana Televisa, Telemundo e Univisão são as mais fortes como parceiros externos no nível da produção de romances e notícias. A CNN também entrou com a venda de seus serviços de informação nas grandes redes de televisão (MEJIA, 2013, p. 238, tradução nossa⁵⁹).

Segundo, Salamanca (2018) as narco séries colombianas foram produzidas a partir da abertura de canais privados em Colômbia como *RCN* e *Caracol* e pela predominância da televisão privada. Por esse motivo, parou-se de produzir formatos dramatizados e comédias. Nesse sentido, “as *narco* séries têm suscitado um debate sobre seus relatos e a memória que

arte/2018/05/03/interna_diversao_arte.677893/compra-e-venda-de-novelas-aquece-o-comercio-entre-emissoras-internacio.shtml. Acesso em: 29 abr.2021.

⁵⁹No original: Las series más famosas en novelas en este momento la tienen las colombianas vinculadas al tema del narcotráfico. La cadena mexicana Televisa, Telemundo y Univisión son las más fuertes en calidad de socios externos a nivel de producción de novelas y noticias. CNN también ha entrado con la venta de sus servicios informativos en las grandes cadenas de televisión” (MEJIA, 2013, p. 239).

constroem, considerando a história de conflito armado da Colômbia, e ainda sobre o papel que tem a televisão na sociedade” (SALAMANCA, 2018, p.88). Além disso, o sucesso desses formatos se deve ao fato de que elas respondem a uma necessidade da Colômbia de refletir, encontrar respostas sobre sua história, embora o excesso dessas produções de televisão afete a imagem do país (SALAMANCA, 2018).

Articulando isso com o objeto empírico de nosso estudo, o *Canal 5*, desde sua criação em 1959, oferecia a seu público telenovelas e séries de produção mexicana e americana. Nos anos 1970, transmitiu a primeira telenovela de origem mexicana, intitulada “*Muñeca*”, que foi ao ar em 11 de junho de 1973 às 19 horas. Posteriormente, com seu desenvolvimento começou a formar alianças com empresas produtoras de conteúdo como a Telemundo e a Univisión dos Estados Unidos, a Televisa do México, e a Rede Record do Brasil para transmitir seus produtos televisivos em Honduras.

Como exemplo dessas alianças, podemos mencionar algumas das produções transmitidas pelo *Canal 5*: *Cuna de Lobos*, *La usurpadora* e *Te doy la vida*, telenovelas produzidas pela empresa mexicana *Televisa*, bem como, a série mexicana *El señor de los cielos*, uma produção da Telemundo dos Estados Unidos.

Figura 3-Telenovelas transmitidas pelo *Canal 5*



Fonte: Site de *Televiscentro*, Honduras⁶⁰

⁶⁰Disponível em: <https://www.televiscentro.hn/noticias/deportes/detalle/5d85507a3bbb693ada6e61f8/El-Man-es-German>. Acesso em: 14 Ma. 2020.

Além de oferecer telenovelas mexicanas e americanas, *Canal 5* começou desde 2019, a introduzir em sua programação telenovelas produzidas na Colômbia e Brasil, numa tentativa de “des-mexicanizar”⁶¹ o público que, há muito tempo, assiste a programas de origem mexicana.

Exemplo disso, é a telenovela colombiana: “*El Man es Germán*”, uma produção da rede RCN que foi transmitida em 2019 a partir das 13h, também foram incorporadas as produções bíblicas brasileiras: “*Moisés y los Diez mandamientos*”, “*Sansón y Dalila*” e “*Los Milagros de Jesús*”, com dublagem para o espanhol produzidas pela TV Record de Brasil.

Figura 4- Telenovelas brasileiras transmitidas pelo Canal



Fonte: Print do site *Televisión Centro*, Honduras

Assim, com a inserção destes formatos televisivos, entendemos que os processos de convergência levam ao redesenho dos fluxos de exportação e importação, devido às demandas do público de novas ofertas televisivas e modelos de consumo promovendo o desenvolvimento do mercado televisivo.

Vale destacar que a América Latina é uma das regiões do mundo na qual a transnacionalização dos produtos televisivos adquiriu maior força devido à potencialidade, singularidade e particularidade de seus conteúdos, alcançando sucessos notáveis de penetração

⁶¹ Palavra mencionada na entrevista com a autora Thelma Mejía de Honduras, para fazer referência ao fato de que desde seus inícios até hoje o *Canal 5* transmitiu com maior predominância as produções mexicanas.

internacional como uma indústria cultural, em que Estados Unidos detém a liderança (tanto no que se refere à produção e distribuição global de gêneros, formatos prontos ou enlatados, quanto na exportação de formatos transnacionais).

Isso é uma questão que não aconteceu apenas por causa da globalização, mas também pelos assuntos geopolíticos que permitiram o intercâmbio de culturas e informação intensificando as trocas dos produtos de televisão entre os países da América Latina. Assim, os formatos importados, mesmo aqueles que não sejam diretamente comprados como os enlatados, revelam a apropriação de “maneiras de fazer” dos programas televisivos, cujas estruturas transnacionais se expandiram globalmente, permitindo a comercialização de formas audiovisuais e mudando as grades dos canais de TV ao redor do mundo.

No caso de Honduras, a transnacionalização dos formatos de ficção se expandiu sobremaneira. Segundo Mejía (2013), os produtos que têm muito sucesso na televisão hondurenha são as telenovelas mexicanas, colombianas e brasileiras, além das telenovelas venezuelanas, as quais “perderam muito terreno em comparação com as décadas de 1960 e 1970” (MEJIA, 2013, p. 238). Atualmente, nas principais emissoras do país esses conteúdos televisuais ocupam um espaço significativo na grade da programação.

Segundo Sinclair (2014), dentro dos conteúdos da televisão latino-americana, a telenovela é um gênero marcante e tem um espaço no horário nobre nos mercados domésticos. Além disso, “é o que mais se costuma comercializar dentro da região, exercendo influência ainda além-fronteiras, em territórios remotos cultural e linguisticamente onde penetrou” (SINCLAIR, 2014, p. 69).

Para além disso, há um aspecto conjuntural mais amplo, pois ao final do século XX, a mídia atravessou as fronteiras através da rede de comunicação global que compõe as fibras ópticas e os satélites para a transmissão de TV. Isso levou, segundo Chalaby (2005), à internacionalização dos mercados da mídia com a desregulamentação e com a integração mundial da indústria da mídia

durante a primeira metade do século 20, a comunicação internacional continuou a se expandir por meio de tecnologias de comunicação e transmissão sem fio. Um novo paradigma começou a surgir na década de 1960, quando uma série de inovações no campo das telecomunicações – provocada pelos avanços da computação, microeletrônica e tecnologias relacionadas ao espaço – provocou uma segunda explosão na comunicação internacional (CHALABY, 2005, p. 29, tradução nossa⁶²).

⁶² No original: “During the first half of the 20th century, international communication continued to expand through wireless communication and broadcasting technologies. A new paradigm began to emerge in the 1960s, when a series of innovations in the field of telecommunications – prompted by advances in computing, microelectronics and space-related technologies – provoked a second explosion in international communication” (CHALABY, 2005, p.29).

Com o desenvolvimento das transmissões de televisão por satélite e da circulação rápida mundial das imagens e sons, foi possível que os canais de televisão começassem sua expansão para além das fronteiras, disponibilizando novas ofertas televisivas e a criação de mecanismos de distribuição e difusão dos conteúdos diversos daqueles praticados pela exportação dos “enlatados”.

Exemplo disso é o CNN, um canal de origem americano que disponibilizou em todo o mundo sua programação 24 horas por dia, transmitindo por satélite soviético para a África, Oriente Médio, subcontinente indiano e sudeste da Ásia, se tornando o primeiro canal de televisão global do mundo (CHALABY, 2005).

Para entender como as principais indústrias televisivas latino-americanas – oriundas de Argentina, Brasil, Colômbia, Chile, México, Venezuela e o mercado hispânico dos Estados Unidos, que tem o controle dos fluxos da produção e programação ao nível hemisférico –, Pinon (2014), explica que o conceito transnacional entre esses sete países produtores de conteúdo televisivo demonstra a conexão do nacional, regional ou global. Nesse sentido, conforme o autor, “o estudo mostra que a linha entre o nacional e o estrangeiro na televisão norte-americana e latino-americana ficou turva por causa da presença de capital transnacional, produções e formatos que 'passaram' como nacionais, dados os diferentes acordos com os atores locais” (PINON, 2014 p. 213, tradução nossa⁶³). Ou seja, as grandes empresas de conteúdo televisivo estabelecem convênios de produção ou tem participação financeira em companhias produtoras locais ou regionais.

Há, ainda, particularmente, alguns países como o Chile, o Equador, o Uruguai e a Venezuela que se caracterizam por serem receptores e importadores de conteúdos televisivos, já que suas indústrias não conseguem completar suas grades de programação com produções locais. Deste modo, procuram formar alianças com as grandes indústrias para difundir suas produções, como é o caso do Canal 5 em Honduras e seus convênios com a Televisa do México, a Telemundo dos Estados Unidos e a Rede Record do Brasil.

Segundo Vasallo e Orozco (2012) um elemento relevante entre o local e o global dentro da indústria televisiva é a função que realizam as companhias de distribuição, nas quais, a nível internacional, não apenas distribuem os programas de ficção, mas também as ideias e os formatos televisivos.

⁶³ No original: “The study shows that the line between the national and the foreign in U.S. and Latin American television has blurred because of the presence of transnational capital, productions, and formats that have ‘passed’ as national given different arrangements with local players” (PINON, 2014 p. 213).

De acordo com Pinon (2014), as tendências crescentes na produção de ficções expressam a intensificação da natureza transnacional da indústria televisiva ao adotar estratégias de produção transfronteiriça, regionais e globais. Para o autor, “este estudo encontrou quatro modalidades diferentes predominantes para atrair o público além das fronteiras nacionais: (a) os formatos, (b) a estratégia neutra, (c) coproduções e *joint ventures* e, (d) localização”. (PINON, 2014 p.221, tradução nossa⁶⁴).

Quanto aos formatos, Pinon explica que no campo da televisão, os formatos conseguiram ter triunfos em outros mercados. Na década de 1970, o México e o Brasil foram os países líderes na produção de conteúdos e, posteriormente, em 1990, a Argentina, Colômbia e Venezuela se converteram em fontes de produção de formatos televisivos.

Hoje, Argentina e Colômbia assumiram a liderança em ideias originais, acompanhadas por uma onda de formatos chilenos, brasileiros e hispânicos nos EUA. (...) Enquanto as novas adaptações são preenchidas com sugestões culturais locais e nacionais, a natureza difundida de remakes de formatos de sucesso produziu uma cultura transnacional de certas narrativas que foram produzidas em toda a região (PINON, 2014 p.221, tradução nossa⁶⁵).

A segunda modalidade é a estratégia “neutra”: nela, diante dos fluxos de exportação de programação da indústria das telenovelas, foi introduzido um espanhol “neutro”, com o objetivo de facilitar para que os produtos nacionais fossem considerados interessantes para o público do exterior. Exemplo disso são as produções da Televisa que integraram o sotaque mexicano para atender ao mercado de latino-americano (PINON, 2014).

Quanto às coproduções e *joint ventures*, esta é uma estratégia de transnacionalização das empresas importantes exportadoras de conteúdo. A empresa mexicana Televisa conseguiu obter acordos de coprodução com os direitos de produzir formatos da Argentina, Chile e Colômbia (PINON, 2014). Já com relação à Rede Globo do Brasil, Pinon explica que,

a TV Globo adotou uma estratégia institucional transnacional de coprodução, com a rede engajada na produção de telenovelas para mercados regionais e mantendo um compromisso total com um processo de adaptação cultural para diferentes países, ao mesmo tempo em que renuncia à transmissão dessas versões de coprodução para público brasileiro. Esta máquina de produção brasileira de novelas que não entrará no mercado brasileiro está exclusivamente comprometida com fins transnacionais. Alguns dos exemplos mais destacados dessa estratégia são El Clon (Telemundo /

⁶⁴ No original: “Within the Latin American television industry, the production of telenovelas, series, miniseries, telefilms, and unitary programs is still largely crafted for the domestic market. However, rising trends in fictional production express the increasing transnational nature of this industry, with cross-border, regional, or global production strategies. This study found four prevalent different modalities for appealing to audiences beyond national borders: (a) the formats, (b) the neutral strategy, (c) coproductions and joint ventures and, (d) localization” (PINON, 2014 p.221).

⁶⁵ No original: “Today, Argentina and Colombia have taken the lead in original ideas, accompanied by a surge of Chilean, Brazilian, and U.S. Hispanic formats. (...) While the new adaptations are filled with local and national cultural cues, the widespread nature of remakes of successful formats has produced a transnational culture of certain narratives that have been produced across the region” (PINON, 2014 p. 221).

Globo), *Entre o Amor e desejo* (TV Azteca / Globo), *Laços de Sangue* (SIC / Globo) e *Desejo Proibido* (RTP / Globo) (PINON, 2014 p.222, tradução nossa⁶⁶).

Finalmente, Pinon (2014) esclarece que a “[a] produção fictícia está em ascensão, dadas as novas oportunidades para as empresas globais de mídia atingem um grande público com produtos culturalmente próximos” (PINON, 2014 p. 222, tradução nossa⁶⁷). Esta estratégia permitiu cobrir a estranheza com os elementos culturalmente próximos: os estilos da linguagem, talentos, os lugares e as narrativas, com o objetivo de competir e de disputar-se o horário nobre da televisão com as redes locais (PINON, 2014).

Portanto, entende-se que a telenovela, um dos gêneros televisivos característicos da América Latina, não só domina o horário nobre, como também é o que mais se estruturou para se comercializar e distribuir internacionalmente, desempenhando uma grande influência ao cruzar as fronteiras. Por outro lado, desde a perspectiva dos países importadores

as novelas eram, em primeiro lugar, uma programação barata com o bônus de sucesso comprovado em seus mercados de origem – não importa o quão distantes eles fossem – e, como consequência, de risco reduzido. Se a televisão é uma indústria cultural, podemos então pensar neste desenvolvimento como um tipo de processo de substituição de importação, tal como ocorre na indústria de manufatura: reduzir a dependência nos importados, fazendo-lhes adaptações locais (SINCLAIR, 2014, p. 70).

Porém, a substituição da importação de produções televisivas acontece, principalmente, naqueles países exportadores, como México, Colômbia, Estados Unidos, Brasil e Argentina, que produzem programas de qualidade ajustados às exigências e necessidades do público atual, permitindo que se aumente a produção nacional. Esse é o caso do Brasil, já que seu processo de transnacionalização aconteceu como resultado de uma trajetória histórica que se sustentou no fortalecimento do mercado interno brasileiro (OBITEL, 2012). Mas, em Honduras, acontece o contrário, pois a maioria dos canais de televisão ainda procuram comprar os programas televisivos desses países fortalecendo a importação e debilitando a produção nacional.

Além disso, deve-se destacar que, no *Canal 5*, existe uma importação de formatos de programas prontos ou enlatados como o programa de *Dating show “Doce Corazones”* que atualmente é transmitido na grade, e também há formatos transnacionais adaptados internamente, a partir de uma importação de formatos, de modo que a emissora opera uma

⁶⁶No original: “A new preferred strategy of transnationalization for dominant networks. Globo TV has pursued an institutional transnational strategy of coproduction, with the network engaging in the production of telenovelas for regional markets and maintaining a full commitment to a process of cultural adaptation for different countries while at the same time renouncing the broadcast of these coproduction versions for Brazilian audiences. This Brazilian production machine for telenovelas that will not enter the Brazilian market is solely committed to transnational purposes. Some of the most salient examples of this strategy are *El Clon* (Telemundo/Globo), *Entre el Amor y el Deseo* (TV Azteca/Globo), *Lazos de Sangre* (SIC/Globo), and *Pasiones Prohibidas* (RTP/ Globo)” (PINON, 2014 p. 222).

⁶⁷ No original: “This approach in fictional production is on the rise given the new opportunities for global media corporations to reach massive audiences with culturally proximate products” (PINON, 2014 p. 222).

adequação ao contexto nacional hondurenho para realizar o programa. Isso acontece em programas cujos formatos são inspirados em programas internacionais, por exemplo o programa de debates ainda no ar “Frente a Frente” ou o programa esportivo “Cinco Deportivo”.

De acordo com, Costa e Amancio (2005) a venda de programas prontos marcou o início da transnacionalização de produções na América Latina. Da mesma forma, a venda de formatos se dá a partir de acordos com cláusulas contratuais nas quais o comprador tem maior autonomia de transmitir o produto do que na compra da franquia de TV. Além disso, segundo os autores, os programas como telenovelas ou séries televisivas permitem completar as grades da programação.

Sendo assim, compreendemos que a transnacionalização se dá não apenas pela maneira como os conteúdos televisivos são produzidos e distribuídos, já que esse processo também está vinculado com as transformações tanto na forma de ver, como de fazer programas de TV. A transnacionalização ocorre devido ao fato de que as sociedades estão em constante mudança, conduzindo a novas necessidades de consumo dos telespectadores, de modo que, hoje, os produtos não são feitos pelas empresas televisivas transnacionais pensando só no seu público nacional, mas também na dimensão transnacional.

1.5. O hibridismo cultural na América Latina: conceito e sua dimensão transnacional

O hibridismo cultural, é um fenômeno que se dá a partir da mistura das culturas gerando uma nova variação com características singulares. De acordo com Canclini (1989), na América Latina, as relações culturais emergem em contextos de mesclas, ou seja, os elementos da cultura popular, tradicional e os tempos se entrecruzam gerando uma dimensão cultural constitutiva. Assim, esse campo que permite hibridizar é considerado pelo autor como as fronteiras ou zonas de contato em que se misturam as práticas culturais, não só quando ocorre o intercâmbio dos povos entre países, mas também o intercâmbio da cultura a partir de uma perspectiva transnacional.

Nesse sentido, o resultado dessas mesclas são produções com uma natureza impura e transnacional que reorganizam e recriam outras experiências de ser no mundo. Desta forma, podemos entender que a hibridização cultural é um processo que abrange aspectos não só comunicacionais, mas também socioculturais tomando maior força em tempos da globalização, devido ao fluxo de ideias e o intercâmbio de produtos culturais e simbólicos.

Para compreender esse processo sociocultural é preciso entender que a cultura na atualidade é globalizada e, segundo Yúdice (2006), pode ser vista como um “recurso” para ser utilizada em aspectos do desenvolvimento econômico e na luta pela justiça social. De acordo

com o autor, ela vai além da união de ideias e valores, pois “é, segundo Flores e Benmayor fundamentada na diferença, que funciona como um recurso (1997:5). O conteúdo da cultura diminui em importância à medida que a utilidade da reivindicação da diferença como garantia ganha legitimidade” (YÚDICE, 2006, p. 43).

Em outras palavras, entendemos que a cultura como recurso, segundo Yúdice (2006), tem uma importância decisiva como concepção geral para a transformação da realidade nos processos de mudança, já que não se pode pensar num desenvolvimento sociocultural transnacional real e eficaz se não for culturalmente dimensionado. Assim, compreendemos que a legitimidade da cultura se refere em grande medida, nos seus usos, pois é uma fonte para as novas indústrias culturais que circulam globalmente que permitem organizar e fortalecer as dinâmicas sociais da sociedade.

De acordo com o autor, no final dos anos 1970 e início dos anos 1980, vários países latino-americanos estavam passando pelo processo de redemocratização, no qual o anti-imperialismo deixou de ser uma questão analítica que não considerava novas realidades,

a ação de organizações não governamentais internacionais, cujos programas que incluem os direitos humanos, igualdade de sexo e de raças, mobilização para auxílios aos sem-teto, crianças-de-rua, meio ambiente etc. Essa conexão internacional em volta de certos movimentos sociais, bem como a crescente circulação transnacional de comunicações, informação, imagens de novos estilos de vida, igualdade dos sexos e sua relação com o colapso da política formal, criou um novo imaginário que poderia não ser fielmente captado pela estrutura analítica anti-imperialista (YÚDICE, 2006, p. 130).

Assim, esse cenário transcultural e híbrido permitiu valorizar e reconhecer as misturas das formações culturais latino-americanas que “foram geradas pela diferenciação nos modos de produção, pela segmentação dos mercados de consumo cultural e pela expansão e internacionalização da indústria cultural” (BRUNNER, 1987, p.4 *apud* YÚDICE, 2006, p. 131). Nesse sentido, essas novas formas são características do hibridismo da América Latina, pois são resultado das mesclas e transformações culturais, nas quais a globalização e o contexto transnacional permitiram que o intercâmbio de ideias aumentasse as misturas, promovendo a descentralização dos elementos culturais que, dessa forma, fossem apropriados por distintos povos e adaptados a diferentes culturas.

Segundo Gaglietti e Saldanha (2007), a interpenetração e coexistência de culturas estrangeiras geraram processos de mesclas. Isso permitiu que em diversas ocasiões no século XX foram chamados, segundo os autores como ocidentalização, aculturação, transculturação, heterogeneidade cultural e hibridismo cultural e “tais terminologias desenvolveram-se no afã de designar os novos processos e produtos resultantes das ordens simbólicas, que, desde o final

do século XV, concorreram para a formação dos países latino-americanos” (GAGLIETTI; SALDANHA, 2007, p.2).

Nesse sentido, o hibridismo cultural na perspectiva de Canclini (1989) é o resultado das mesclas do social urbano e do contexto internacional, ou seja, a expansão urbana é uma das causas pelas quais as mesclas se intensificaram, pois na cidade ou na realidade popular se dá uma constante interação íntima do local com as redes nacionais e transnacionais, de forma que a cidade e meio urbano se articulam com a mídia, assim,

as identidades coletivas encontram cada vez menos na cidade e em sua história, distante ou recente, seu cenário constitutivo. Informações sobre eventos sociais são recebidas em casa, discutidas com a família ou amigos próximos. Quase toda a sociabilidade e sua reflexão concentram-se em trocas íntimas. À medida que as informações sobre o preço aumentam, o que o governante fez e até os acidentes do dia anterior em nossa própria cidade chegam até nós através da mídia, eles se tornam os constituintes dominantes do sentido "público" da cidade, aqueles que pretendem integrar um imaginário urbano desagregado (CANCLINI, 1989, p. 268, tradução nossa⁶⁸).

Dessa forma, o pensamento do autor nos ajuda a entender que a transformação das culturas tem a ver com a transnacionalização dos mercados simbólicos, quer dizer, a expansão dos mercados culturais, pois a presença da mídia no cotidiano não é uma novidade, mas ela é intensificada, já que as sociedades vivem atualmente em tempos de interconexão, interação e convergência.

Esse contexto irrompe a lógica das localidades e nacionalidades e fortalece a circulação da informação simbólica transnacional e, ao mesmo tempo, reorganiza a sociedade. Nesse sentido, a coletividade vive, na atualidade, um contexto em que o fluxo da informação simbólica e o processo de produção e apropriação dos sentidos são reconfigurados e reorganizados a partir da qual emergem as hibridações culturais.

Assim, entendemos que as diferentes formas com que a sociedade se apropria da informação simbólica que está disponível nos circuitos transnacionais gera novas práticas e novas maneiras a partir da mescla de hábitos, crenças e modos de pensar, estilos de consumo de diferentes gerações, ligadas ao nacional, ao local e ao transnacional. Dessa forma, o hibridismo cultural é a demonstração mais clara de que, embora exista um esforço para conservar as formas culturais tradicionais, as sociedades e as pessoas estão abertas a novas

⁶⁸ No original: “Las identidades colectivas se encuentran cada vez menos en la ciudad y en su historia, lejana o reciente, su escenario constitutivo. La información sobre las peripecias sociales se recibe en la casa, se comenta en familia o con amigos cercanos. Casi toda la sociabilidad, y la reflexión sobre ella, se concentra en intercambios íntimos. Como la información de los aumentos de precios, lo que hizo el gobernante y hasta los accidentes del día anterior en nuestra propia ciudad nos llegan por los medios, éstos se vuelven los constituyentes dominantes del sentido "público" de la ciudad, los que simulan integrar un imaginario urbano disgregado” (CANCLINI, 1989, p.268).

maneiras de interagir culturalmente, como uma forma de sobrevivência num mundo que tem a mudança como característica essencial e constante.

Levando isso para o campo da televisão, os produtos importados especificamente aqueles transmitidos na TV hondurenha, apresentam a base de uma cultura estrangeira, que é difundida à cultura receptora, produzindo uma mistura entre eles e construindo novas formas culturais. Isso, conforme Gonzáles (2001), indica que as formações culturais não surgem por acaso, pois elas são construídas simbolicamente a partir do encontro entre as diferentes forças contingentes em processos sócio-históricos.

Nesse sentido, os conteúdos que são transmitidos através da mídia na América Latina, segundo Martín-Barbero (1993), não podem ser compreendidos separadamente das discontinuidades culturais que medeiam o significado dos discursos de massas e o sentido de seus usos sociais, pois os processos comunicacionais coletivos colocam em jogo não apenas os deslocamentos de capital e inovações tecnológicas, mas também as transformações na cultura cotidiana da maioria. Ou seja, essas mudanças mostram camadas profundas de memória coletiva e mobilizam imaginários da fragmentação das experiências, bem como a desterritorialização acelerada de demarcações culturais (o moderno, o tradicional, nobre, vulgar, culto, popular, o próprio) e abrindo o espaço à formação de hibridizações culturais.

Essas formações culturais são transmitidas pela televisão, pois de acordo com Martín-Barbero e Rey (2001), a TV ocupa “o lugar social” em que se dá a circulação mundializada⁶⁹ da cultura, já que nela se encontra uma combinação criada pela indústria transnacional, “especificamente a norte-americana, com relatos e melodramas nacionais e as transmissões locais, com efeitos de hibridação, nos quais confluem diferentes tipos de relatos, se conectam com desejos, aspirações e interesses muito diferentes” (MÁRTIN-BARBERO, 2001, p. 70).

Martín-Barbero (1993), explica que existem progressos consideráveis na quantificação do conteúdo transmitido e na identificação dos fluxos de programas de TV, mas conhecemos muito pouco sobre o que significa a integração no mundo da vida das pessoas. Além da capacidade que as indústrias audiovisuais têm, hoje em dia, no campo estratégico da produção e transmissão das imagens que fazem de si com seus produtos e com as quais são reconhecidos externamente perante o mundo.

Nesse sentido, na televisão latino-americana existe uma tendência influente da internacionalização que está se tornando cada vez mais perceptível nos conteúdos televisivos,

⁶⁹ Ortiz (2004) refere-se á mundialização da cultura como o processo de mudanças no nível cultural e não apenas econômico, ou seja, nas transformações da produção, da memória, da noção de terra, das inter-relações entre as pessoas e do tempo, geradas pela globalização e os avanços nas tecnologias da informação e comunicação.

especificamente na publicidade e nas telenovelas. No primeiro caso, além do poder econômico, a publicidade tem um lugar estratégico, no qual as imagens mostram os modos de representação da modernidade, pois “as imagens publicitárias e o videoclipe – esteticamente mais próximos a cada dia – são os que medeiam a mediação cotidiana entre a inovação tecnológica e a transformação narrativa” (MARTIN-BARBERO, 1993, p.66, tradução nossa⁷⁰).

Por outro lado, no caso das telenovelas um dos gêneros mais predominantes na televisão latino-americana, mostram “esquemas narrativos pesados e cúmplices de inércias ideológicas mistificadoras, no entanto, formam uma parte importante dos dispositivos para a recriação do imaginário latino-americano” (MARTIN-BARBERO, 1993, p.66, tradução nossa⁷¹).

Assim, a hibridização que é gerada pela transnacionalização da indústria televisiva leva a uma transformação cultural. Neste processo, estabelece-se um diálogo entre a cultura de origem – do produto televisivo – com a cultura do país que é o receptor, neste caso, Honduras. Assim, os produtos televisivos estrangeiros, apresentados através do *Canal 5* desde sua criação, em 1959, até hoje, mostram a presença das diferentes culturas que representam cada produto televisivo.

Quer dizer, os conteúdos importados já trazem um histórico de outro lugar – do país produtor –, mostrando diferenças ideológicas, sociais e culturais que se misturam com a cultura hondurenha. Além disso, as fragmentações da informação produzem mesclas entre o global, o nacional e local e, ao refletir sobre isso, pode-se dizer que essas combinações estão presentes na programação da televisão hondurenha, especificamente no objeto empírico desta pesquisa, o *Canal 5*, pois existe uma importação direta de peças televisivas prontas (enlatados), formatos que são apropriados internamente e de gêneros que ganham uma adaptação ao contexto nacional hondurenho.

⁷⁰No original: “las imágenes de la publicidad y del videoclip –estéticamente cada día más cercanas– son las que hacen la mediación cotidiana entre innovación tecnológica y transformación narrativa” (MARTÍN-BARBERO, 1993, p.66).

⁷¹No original: “pesados esquematismos narrativos y cómplices de mistificadoras inercias ideológicas, forman sin embargo parte importante de los dispositivos de recreación del imaginario latinoamericano” (MARTÍN-BARBERO, 1993, p.66).

2. O FLUXO TELEVISIVO DO CANAL 5: DAS DIMENSÕES CONCEITUAIS À COMPREENSÃO CULTURAL

Neste segundo capítulo, apresentamos as contribuições de Williams (2016) sobre a concepção do fluxo televisivo, a partir da experiência do autor com a televisão britânica e seu encontro com a televisão americana. Nesse sentido, tentamos compreender a televisão para além de um meio tecnológico, pois é uma instituição social que permite a construção e organização da sociedade, através dos conteúdos simbólicos e sua atuação social. Isso permite-nos olhar a tevê para além de sua materialidade e nos ajuda a pensar nela como uma forma cultural que constrói sentidos a partir das diversas realidades e formas culturais visibilizadas nos gêneros televisivos. Para o desenvolvimento desta pesquisa, o conceito do fluxo nos auxilia a entender a dinâmica na que opera o Canal 5, a partir de uma análise da sua grade de programação.

Além disso, nesta divisão abordamos também como se dá a estruturação da grade da programação e expomos as diversas estratégias de auto-referencialidade que as emissoras implementam para a construção da sua imagem e do seu perfil perante o público, agindo como instância organizadora do mundo televisivo.

2.1. A televisão para além de sua materialidade: olhando na TV como instituição social

Quando pensamos no conceito de “instituição”, a primeira ideia que surge é imaginar uma entidade física: uma escola, igreja ou universidade, mas a noção de instituição vai além do aspecto físico e material. No sentido social, este termo pode ser entendido como uma estrutura que permite a organização e regulamentação da sociedade para satisfazer suas necessidades. Nessa perspectiva, a vida cotidiana não pode ser realizada, segundo Silverstone (1996), sem uma ordem nas atividades e rotinas, nas quais as pessoas investem recursos cognitivos e emocionais. Assim, entendemos que, através desse ordenamento da vida diária, se constrói e se mantém nossa identidade e administramos nossas relações sociais no tempo e no espaço.

Segundo Thompson (1998), a vida social está composta por indivíduos que procuram finalidades e objetivos diferentes considerando suas necessidades. Deste modo, eles atuam de acordo com as circunstâncias ou com os campos de interação, viabilizando distintas oportunidades. Nesse sentido, as pessoas se localizam em posições dentro desses campos obtendo certa estabilidade; quer dizer que se tornam parte de um conjunto de regras, recursos e relações sociais, a partir das quais agem no social. Para o autor, essa estabilidade está associada às instituições, as quais podem ser vistas como alguns conjuntos de regras e relações que têm

um certo grau de durabilidade no tempo e no espaço. “As instituições definem a configuração dos campos de interação pré-existentes, e ao mesmo tempo, criam novas posições dentro deles, bem como novos conjuntos de trajetória de vida para os indivíduos que os ocupam” (THOMPSON, 1998, p. 21).

Essas instituições controlam o comportamento humano situando padrões de conduta predefinidos, de acordo com Berger e Luckmann (2004), pois toda atividade repetida com frequência transforma-se num hábito,

este caráter controlador é inerente à institucionalização enquanto tal anterior a, ou independentemente de, quaisquer mecanismos de sanções estabelecidas para apoio específico de uma instituição. Tais mecanismos, cujo somatório constitui o que em geral se chama sistema de controle social, é evidente que existem em muitas instituições e em todas os aglomerados de instituições que chamamos sociedades (BERGER; LUCKMANN, 2004, p. 66).

Além desse controle social para que a vida possa realizar-se, é necessário que as instituições atuem como mediadoras dos conflitos individuais e coletivos que acontecem diariamente. Nessa lógica, colocamos a mídia como uma instituição que permite criar padrões de interação e de relação entre os indivíduos que compõem a sociedade e que, também, fornece-lhes informação simbólica permitindo-lhes agir de maneira reflexiva, crítica e analítica no mundo social.

Pensando, então, na mídia como uma instituição social, é importante compreender que as informações simbólicas que se transmite são interpretadas pelos indivíduos de diferentes maneiras e sua valorização pode diferir de um indivíduo para outro levando em conta as posições que ocupam nas instituições (THOMPSON, 2011). Nesse sentido, de acordo com o autor, tanto os seres humanos quanto as sociedades precisam da produção e do intercâmbio de informação e isso se deu a partir das antigas formas de comunicação gestual e da linguagem até a chegada da tecnologia, permitindo a circulação da informação e das formas simbólicas. Assim, a mídia atua a partir de padrões sociais de interação e relacionamento conhecidos e compartilhados, praticados e aceitos pelos sujeitos sociais.

Williams (2016) explica que, na Grã-Bretanha, o processo de circulação de informação e o desenvolvimento da imprensa passou por diferentes momentos de formação em períodos de crise: a Guerra Civil, a Revolução Industrial, as novas maneiras do jornalismo se estabelecer e as grandes guerras do século XX. Sendo assim, os sistemas de comunicação já existiam para transmitir uma ideologia, tendo em vista instituições tradicionais específicas como a igreja e a escola. No entanto, para a difusão das notícias e do contexto, ou seja, o processo orientador, prognosticador que a imprensa tem, era necessária uma nova forma de atuação social que não

era atendida pelas instituições tradicionais, fazendo então com que a imprensa contribuísse para a constituição de um novo sistema de comunicação como uma instituição social.

Pode-se dizer, então, que o desenvolvimento de diferentes instituições de comunicação a partir do século XV até hoje é o reflexo das mudanças significativas nos processos de produção, conservação e circulação de informação. Estas mudanças foram o resultado de desenvolvimentos institucionais característicos da era moderna (THOMPSON, 1998).

Diante do exposto até aqui e pensando na mídia como uma instituição social que constrói conhecimento e é responsável pelo agendamento de temas públicos, formadora de opinião e compreensão sobre o mundo, consideramos importante refletir especificamente num de seus veículos de informação: a televisão. Além de ser um dispositivo que se tornou indispensável nos lares, que transmite informação, diverte e entretém o público, é uma instituição social, pois através da sua programação procura construir sentidos e padrões sociais. Mas, por que a TV pode ser vista como uma instituição? Essa é uma questão que tentaremos esclarecer.

Segundo Orozco (1991), a televisão possui uma dualidade: é um meio de comunicação técnico, que através do processo de captação transmite materiais discursivos e, além disso, é uma instituição social que tem uma constituição histórica, social e cultural. É essa duplicidade que lhe permite ter uma distinção cultural em comparação com outras instituições sociais - igreja, escola e família.

Nesse sentido, ao situar-nos na tevê olhando desde sua materialidade, sabemos que ela tem características tecnológicas: a verossimilhança de seu discurso e a invocação da emotividade de seu público. Assim, com a fusão dessas particularidades, a televisão tenta tornar sua mensagem confiável para a audiência e ao mesmo tempo convida a acreditar nela usando argumentos racionais e emocionais através de seus conteúdos, ganhando legitimidade como uma instituição (OROZCO, 1991).

Essa legitimidade da televisão lhe dá um caráter especial que não é limitado a um recurso de recepção e transmissão de informação, pois é também uma forma cultural que constrói sentidos para produzir um discurso concreto. Em função disso, a tevê não pode ser pensada especificamente como uma tecnologia que produz e difunde conteúdos, porque é uma instituição social e cultural que está ligada às necessidades e à vida social.

Nesse sentido, Williams (2016) recusa a suposição de que a televisão pode ser vista como um aparelho tecnológico que exerce efeito causal e determinante sobre o comportamento humano, já que, para ele, se isso fosse verdade, então todos os veículos de informação que fazem parte da mídia poderiam ser reduzidos a seus efeitos.

Na televisão existe uma certa determinação tecnológica que, segundo Williams (2016), permite “estabelecer limites e exercer pressões, dentro dos quais as práticas sociais variáveis são profundamente afetadas, mas não necessariamente controladas” (WILLIAMS, 2016, p. 139). Nesse sentido, o autor aponta que a TV oferece uma experiência cultural, pois é um produto cultural distinto que tem como propósito atender demandas sociais, políticas e econômicas, já que opera entre o popular, o comercial, o público e o privado. Assim, podemos notar que a TV possui uma relação próxima com o caráter ordinário da vida cotidiana.

A partir desse ponto de vista, compreendemos que a televisão faz parte de nossa vida diária, pois ela nos acompanha desde o café da manhã, a tarde e até a noite. A TV nos consola quando estamos sozinhos, ela nos dá prazer e às vezes até nos irrita. Além disso, é uma instituição social que não apenas reproduz significados, mas constrói seus próprios sentidos (OROZCO, 1991), permitindo que as pessoas atuem como seres sociais que constroem a realidade do mundo a partir da informação simbólica que recebem e que é interpretada de modos muito variados.

Nessa perspectiva, a televisão organiza a vida social e constrói sentidos a partir das formas simbólicas que, como instituição social, transmite, configura e atualiza. Segundo Thompson (2011), uma das características das formas simbólicas é a *referencialidade*, aspecto que pode ser entendido como “construções que tipicamente representam algo, referem-se a algo, dizem algo sobre alguma coisa” (THOMPSON, 2011, p.190). Isso quer dizer que os conteúdos que a tevê difunde representam, projetam e retratam valores, significados e sentidos culturais, pois carregam traços e características das condições sociais da sua produção.

Assim, “o significado que é carregado pelas formas simbólicas e reconstruído no curso de sua recepção pode servir para manter e reproduzir os contextos de produção e recepção” (THOMPSON, 2011, p.201). Em outras palavras, a maneira com que o público recebe e entende os produtos televisivos pode servir para manter as relações sociais características dos contextos nos quais essas formas são produzidas e recebidas.

Adicionado a isso, outro aspecto que, segundo Thompson (2011), está fortemente ligado às formas é o *contextual*, pois está relacionada com que as formas simbólicas são construídas, circulam, e são recebidas no âmbito social; ou seja, o sentido e valor que elas possuem para aqueles que as recebem está vinculado aos contextos e às instituições que as produzem e mediam.

Assim, as diferentes instituições sociais e a TV não apenas reproduzem e transmitem formas simbólicas, mas também criam seus próprios significados. De acordo com Orozco (1991), essa elaboração de sentidos tem uma determinada percepção da realidade que é percebida de maneira específica pela televisão, de modo que, o que se mostra na tela não são

sentidos hegemônicos, porque existem processos de disputa de significação nos conteúdos televisivos apresentados. A tevê, então, atua como uma instituição social que produz uma articulação de sentidos, devido a seu caráter distinto, pois ela focaliza e aborda diretamente os aspectos comuns da vida cotidiana.

Deste modo, compreendemos que a televisão como instituição, além da sua materialidade física e tecnológica, se alimenta de um conjunto de valores sociais que dirigem as práticas dos indivíduos. Nesse sentido, consideramos que é importante perceber como ela organiza e constrói os relacionamentos visíveis da vida diária, sua inserção nas pautas e hábitos cotidianos na sociedade, pois apresenta uma visão do mundo que está em constante transformação.

É a partir dessa perspectiva, que podemos pensar na televisão como uma forma cultural, porque está ligada à nossa vida social e cultural, já que através da programação oferece — em diálogo com o social — informações e representações singulares e múltiplas para serem interpretadas, refletidas e tensionadas. Isso quer dizer que os sentidos não são fixos e estão sempre em constante transformação, pois são produto de tensionamentos e entrecruzamentos culturais do mundo social.

Assim, a televisão articula critérios e referências para condução da vida diária e para o relacionamento social. Nesse sentido, a noção de forma cultural da TV nos ajuda a compreender o papel social que a televisão em Honduras ocupa; especificamente, desde a perspectiva institucional do *Canal 5*, pois esse canal faz parte da história do país, acompanha os acontecimentos que afetam os cidadãos e, através das suas produções televisivas, atua na construção de perspectivas sobre o país.

2.2. O Fluxo televisivo: do conceito à compreensão cultural

Como refletimos anteriormente, a televisão pode ser estudada para além da perspectiva tecnológica, pois ela possui um caráter institucional e, adicionado a isso, abrange uma particularidade cultural. Neste tópico, procuramos analisar a TV como uma *forma cultural*, pois possui características próprias como meio, acompanhando ao público através dos programas variados que oferece, os quais são percebidos e compreendidos pelas audiências de formas diferentes e também propõe modos de relacionamento.

Nesse sentido, assistir à televisão é mais do que uma experiência tecnológica, pois envolve uma dimensão cultural. Assim, é preciso olhar a tevê para além desse aparelho que permite a captação, transmissão e recepção de informação e pensá-la a partir de uma compreensão cultural que intervém e está fortemente ligada à nossa vida social. Essa

perspectiva cultural nos parece particularmente importante para o desenvolvimento desta pesquisa.

Sendo assim, consideramos a relevância da proposta de Williams (2016) sobre o fluxo televisivo, porque nos ajuda a entender que é possível compreender a televisão para além de seu determinismo tecnológico e olhar como ela se constrói e emerge a partir desse processo. Sendo assim, nos apropriamos do conceito de fluxo televisivo e problematizamos o contexto histórico que permitiu a origem e as bases dessa noção.

O pensamento de Williams (2016) nasceu a partir da sua relação com a emissora BBC, canal no qual o autor colaborou regularmente no boletim mensal e onde participou de programas de debate cultural. Essa vinculação lhe permitiu fazer uma comparação entre o modelo da televisão inglesa e americana. O autor recorda que sua abordagem surgiu a partir do seu primeiro encontro com a televisão norte-americana num hotel em Miami, quando assistiu a filmes interrompidos pela publicidade e começou a notar as diferenças entre as práticas televisivas de ambos os países.

Uma noite em Miami, ainda atordoado por ter passado uma semana num transatlântico, resolvi assistir a um filme e, no começo, tive alguma dificuldade em me ajustar a uma frequência muito maior de intervalos comerciais. Mas isso foi um problema menor em comparação ao que aconteceu no fim. Dois outros filmes, programados para exibição em outras noites no mesmo canal, foram inseridos como *trailers*. Um crime em São Francisco (o assunto do filme original) começou a operar num extraordinário contraponto não somente com os comerciais de desodorante e de cereais, mas também com um romance em Paris e a fúria de um monstro pré-histórico que devastava Nova York (WILLIAMS, 2016, p.101).

Na televisão britânica, a BBC é uma emissora pública de televisão e rádio, mantida por um imposto pago pela população britânica. Entendemos, assim, que ela não rentabilizava os intervalos da sua programação para manter-se operando. No entanto, nos Estados Unidos, o modelo televisivo é comercial, quer dizer que se desenvolveu majoritariamente pelo financiamento publicitário, de modo que os recursos que permitem que as emissoras deste país funcionem provêm do aluguel de espaços em determinados horários da grade da sua programação para comercializar produtos.

O patrocínio de programas por anunciantes tem efeito para além do anúncio separável e da recomendação de uma marca. Como fórmula de comunicação, é uma definição intrínseca de prioridades: uma indicação partidária de fontes sociais reais. (WILLIAMS, 2016, p.79).

É a partir desse momento que emerge a abordagem para entender a televisão não apenas como um aparelho e recurso tecnológico, mas como uma forma cultural: “uma experiência engendrada pela articulação complexa entre práticas produtivas, determinantes tecnológicos e

econômicos e a função social da televisão dentro do lar – assim como as estruturas formais dos gêneros televisivos individuais” (WILLIAMS, 2016, p. 8).

Nesse sentido, para analisar a TV como uma forma cultural é preciso pensar no seu fluxo televisivo. Para compreender a concepção do conceito, o autor explica que, antes da radiodifusão, os elementos eram apresentados de forma separada – peças de teatro, concertos, notícias. Assim, as pessoas abriam um jornal, saíam para desfrutar de um concerto ou para praticar e assistir esportes. Todas as relações sociais que aconteciam nessas atividades culturais específicas eram realizadas de forma individualizada e temporária.

Na televisão, cada unidade de conteúdo era separada, mas a função da programação era posicioná-las em sequência. Portanto, é essencial pensar nessa sequência construída para encadear as unidades, na sequência organizada dos produtos simbólicos que são transmitidos pela televisão. Essa continuidade que existe na programação é o fluxo televisivo, ou seja, “esse fenômeno de um fluxo planejado é a característica que define a radiodifusão como uma tecnologia e uma forma cultural” (WILLIAMS, 2016, p. 97).

Compreendemos que o fluxo significa dizer que não percebemos uma proposta de um único programa, mas uma sequência de programas que articula uma programação múltipla e diversificada. Assim, através do fluxo, o público tem a possibilidade de assistir a diferentes eventos em sua casa, que se articulam entre si, fazendo emergir significados e sentidos culturais. Isso permite, então, conhecer o potencial de suas relações discursivas e como dialogam com as mensagens televisivas. Deste modo, analisar a televisão não é apenas conhecer aquilo que transmite, mas, de forma particular, significa observar e compreender o processo de construção de sentidos sociais e culturais que acontece no fluxo televisivo, interpretá-los como uma maneira que integra os programas de tevê.

Na abordagem de Williams (2016), ao observar a programação da televisão dos Estados Unidos, o autor nota que ela exhibe conteúdos com inserções específicas, num fluxo planejado, articulando os programas com a inclusão da publicidade. Já no caso do modelo televisivo britânico, isso não acontece porque “houve um esforço específico e formal para que os programas não fossem interrompidos por comerciais. Na prática, isso nunca foi cumprido e nunca se pretendeu que fosse” (WILLIAMS, 2016, p.100).

Exemplificando toda esta construção teórica fundamentada no contexto britânico e americano e articulando isso com a televisão hondurenha, entendemos que o Canal 5 apresenta, desde a sua fundação, uma forma televisiva similar à dos Estados Unidos em relação ao financiamento dos espaços publicitários. Além disso, esta emissora exhibe e articula no seu fluxo televisivo programas produzidos em países estrangeiros como: Brasil, México, Colômbia e

Estado Unidos que se misturam e, ao mesmo tempo, são interrompidos pelos anúncios publicitários das empresas que compram espaços para divulgar seus produtos.

Nos países desenvolvidos, incluindo aqueles em que a produção televisiva principal está num patamar mais elevado do que nos Estados Unidos, o nível dos preços de exportações desses produtos norte-americanos é ainda competitivamente favorável em relação à produção nacional primária, e o grau de dependência de receitas publicitárias, dentro de uma instituição de radiodifusão, tende a determinar o quanto a porta será aberta para esse tipo de penetração comercial (WILLIAMS, 2016, p. 52).

Além disso, outro aspecto que é importante adicionar a esta discussão e que faz parte do fluxo televisivo como uma compreensão cultural, são os *trailers* dos programas (inserções publicitárias especificamente relacionadas à programação da própria emissora) que convocam para a exibição mais tarde ou no outro dia de outros programas, sendo este um recurso que “se tornou importante para os administradores das televisões reter os espectadores – ou, como eles dizem, ‘capturá-los’ – para uma sequência completa na programação noturna” (WILLIAMS, 2016, p. 100).

Quer dizer que, ao contrário de distrair e desviar ao telespectador, os *trailers* têm a função de segurá-lo por mais tempo, convocá-lo para manter (ou mesmo retomar) seu vínculo com a programação. No entanto, esses intervalos – sejam publicidade ou *trailers* – podem ser entendidos pelo público como interrupções, as quais, segundo Williams (2016), passaram a definir a experiência televisiva. Mesmo assim, embora pareçam “pausas”, essas produções fazem parte do fluxo, entendendo que “a experiência central da televisão é o fenômeno do fluxo, não só porque muitas unidades particulares são afetadas por aquelas que as precedem ou seguem” (WILLIAMS, 2016, p. 105).

Articulando isso com o objeto de estudo desta pesquisa, isso acontece no fluxo da programação do Canal 5, já que, apresenta em meio de um programa cerca de 4 a 6 intervalos de publicidade com uma duração de 4 a 5 minutos. Esses espaços são inserções das empresas patrocinadoras, publicidades internas e também os *trailers* dos próximos capítulos das telenovelas e programas que são apresentados mais tarde ou no dia seguinte.

É importante entender esse processo como constituinte do fluxo, ou seja, “a substituição de uma série de unidades relacionadas de diversas maneiras, em que a marcação do tempo, ainda que real, não é declarada, e em que a real organização interna é diferente da organização divulgada” (WILLIAMS, 2016, p. 102). Aqui, nos parece importante refletir que, além de pensar o conceito de fluxo por seu potencial descritivo de como a grade opera, é importante analisar sua potencialidade reflexiva.

Nesse sentido, o fluxo mostra que a TV cria uma sequência organizada dos sentidos da programação, na qual a publicidade apresentada faz parte. Isso acontece pela relação da

televisão com a cotidianidade, pois está tão associada às rotinas extra televisivas quanto às rotinas instauradas pela própria tevê.

Em alguns seriados norte-americanos, a agência de publicidade participa da seleção e do desenvolvimento de ideias e roteiro, e isso influencia no conteúdo, tanto por meio da aprovação como da negação de certos temas e ideias. Deste modo, quando vemos notícias internacionais apresentadas por cortesia de uma pasta de dentes, não devemos separar esses elementos, pois neles estão os contornos de uma forma cultural dominante (WILLIAMS, 2016, p.79).

Assim, interpretamos que os *trailers* dos próximos capítulos das telenovelas e programas, a publicidade das empresas que alugam um espaço na programação e a publicidade institucional do Canal 5 fazem parte de seu fluxo televisivo. Deste modo, esta emissora cria uma integração entre cada programa de televisão que é transmitido e cada conteúdo comercial.

Isso quer dizer que o enredo de uma telenovela pode estar apoiado pela publicidade que é difundida pelo canal, indicando práticas de consumo. Quanto a isso, podemos citar, por exemplo, a publicidade do produto de temperos *Maggi* da *Nestle* que o Canal 5 articula com o programa de entretenimento *Las Mañanas del Cinco*, no qual, na seção da receita do dia, apresenta uma receita que é realizada com os temperos de cozinha da *Maggi*. Assim, podemos notar como essa publicidade é uma forma sutil e cuidadosa de convidar ao público a comprar esse produto.

Assim, a ideia do fluxo mostra-se presente na experiência televisiva que o público tem com os conteúdos que recebe pelo canal, pois essas peças televisivas trazem narrativas sociais e culturais, criando certa familiaridade para o telespectador, construindo e estabelecendo sentidos e valores a partir de cada programa veiculado. Para Fechine (2014), a construção do sentido de presença da televisão na vida social está marcada pela sensação de relação direta com a programação, mesmo quando ela está constituída por programas gravados ou ao vivo, assim,

sua organização como grade se dá no momento mesmo em que, numa sucessão ininterrupta (um fluxo), tais segmentos são levados ao ar em tempo real. A programação vai sendo construída em ato na medida mesmo em que se exhibe: o se fazendo da grade corresponde também ao se fazendo do dia (FECHINE, 2014, p. 9).

Ou seja, a programação reflete a estruturação do dia a dia, estabelecendo uma articulação na vida cotidiana e reforçando os padrões de organização. Por isso, segundo a autora, a TV funciona como um “relógio” social, porque permite ajustar-se às práticas domésticas do público, de modo que a televisão está sempre difundindo conteúdos simbólicos em fluxo constante que acompanham o decorrer do dia. Nesse sentido, a tevê, como fenômeno sociocultural, estabelece sentidos que vão além da circulação dos programas, pois está fortemente ligada a uma vivência do cotidiano, à maneira com que se apropriou de nossa vida

convertendo-se parte dela, estimulando energia emocional e cognitiva, emergindo assim como uma experiência social e cultural.

Portanto, assistir aos programas televisivos implica olhar como o fluxo está composto, para compreender o processo que integra os diferentes programas de televisão no momento em que são apresentados ao público e, assim, entender os sentidos culturais e sociais que são exibidos na tela. Isso quer dizer que a experiência da tevê está ligada a uma compreensão cultural das forças sociais e econômicas: embora a TV transmita unidades variadas, a experiência televisiva permite unificá-las.

Na perspectiva de William (2016), os conteúdos simbólicos não se caracterizam pela sucessão de cada unidade independente, mas sim pela mistura e pela proporção de diferentes formatos televisivos. Isso é uma questão que notamos no fluxo televisivo de nosso objeto empírico, pois na programação promove-se uma mistura cultural entre os diferentes formatos televisivos produzidos em México, Estados Unidos e Brasil com os programas nacionais.

Assim, a partir da interpretação histórica do conceito do fluxo, entendemos que sua compreensão cultural nos ajuda olhar como a grade da programação do Canal 5 permite criar sentidos, considerando a mistura entre os conteúdos estrangeiros e nacionais, bem como as interrupções da publicidade comercial e institucional, além dos *trailers* dos programas de TV, fazendo que esta emissora constitua e revele sua forma cultural em Honduras.

2.3. Das formas culturais da tevê: olhando nas realidades apresentadas na televisão

Como vimos no tópico anterior, olhar no fluxo televisivo como uma compreensão cultural significa entender os sentidos que emergem a partir do que é exibido na grade da programação. Nesse sentido, para interpretar essa emergência é importante pensar nas formas culturais apresentadas pela televisão, ou seja, nas realidades dos produtos televisivos.

De acordo com Martín-Barbero e Rey (2001, p. 67), a tevê passou por muitas transformações “às formas de televisão aberta se uniram a televisão a cabo, a Internet, as televisões comunitárias, os canais locais e a televisão por satélite”. Mas essas mudanças não são apenas no aspecto tecnológico, pois incluem também questões na estrutura jurídica, nas relações do público com os produtos que são exibidos, nas variações dos gostos e nas transformações dos gêneros televisivos. Isso possibilitou que ela se tornasse no centro cultural da sociedade, pois cria novas formas de olhar e novos cenários para o entendimento do público.

Assim, a tevê permite experimentar diversas realidades devido à forma como ela nos apresenta o mundo, pois “a televisão é feita de forma adaptável às necessidades de entretenimento da sociedade. Por isso se tornou o eixo central da sociedade, na companhia

cotidiana, na tentação onipresente, na lentidão que dorme” (RINCON, 2006, p. 169, tradução nossa⁷²). Nesse sentido, os produtos que a TV transmite contêm valores culturais que se aproximam da realidade do telespectador ou de imaginários existentes: “os produtos televisivos são produtos de realidades discursivas distintas, mundos industrialmente construídos, mundos-mercadoria que, como qualquer outro produto acabado, são oferecidos ao mercado global” (DUARTE, DIAS, 2006, p. 23).

Em outras palavras, a televisão procura transmitir sentidos culturais associados ao mundo social em que o público habita. Assim, os produtos televisivos apresentam narrativas e perspectivas diferentes que falam do mundo que está fora da tevê. Exemplo disso são os conteúdos televisivos oferecidos pelo Canal 5, pois são produções que mostram as narrativas e perspectivas sociais de cada país exportador de conteúdo – México, Estados Unidos e Brasil –, exibindo desde histórias de como os mexicanos lidam com questões familiares, trabalho, amor e juventude até as histórias de produções americanas sobre o narcotráfico. No entanto, essas peças televisivas, mesmo que sejam estrangeiras, acionam figuras temáticas que não estão longe da realidade social de Honduras.

Sendo assim, a televisão sempre está próxima aos sentimentos, aos valores e pensamentos da sociedade apresentando narrativas e discursos que mostram as transformações sociais, pois é “um meio de expressão para contar histórias, uma mediação que reivindica as formas e formatos que, mais frequentemente, apelam aos afetos” (RINCON, 2006, p.176, tradução nossa⁷³). Nessa perspectiva, os produtos televisivos apresentados na tevê trazem consigo significados que evocam e instalam sentidos. Em outras palavras, a TV fala de alguém e para alguém, pois está ligada ao sentir comum: “ela deve buscar eficiência na execução de seu papel; e este se exerce muito no campo dos afetos das emoções despertadas. Sem causar grandes perturbações, a televisão tem que fazer sentir – fazer rir, fazer chorar, provocar medo ou comoção” (FRANÇA, 2009, p. 36).

Para Duarte e Dias (2006), a estruturação da construção do real que é apresentado na TV não está fundada no caráter instrumental, extensivo aos sentidos e à experiência, muito menos na habilidade de manipulação da consciência, já que seu papel reside no fato de que seu valor é ontológico, como princípio que produz realidades que podem ser de diversos tipos. “Cabe ao telespectador o reconhecimento do tipo de realidade que lhe está sendo ofertada e

⁷² No original: “a televisión está hecha de formas adaptables a las necesidades de entretenimiento de la sociedad. Por esta razón se ha convertido en el eje central de la sociedad, en la compañía cotidiana, en la tentación onnipresente, en la lentitud que duerme.” (RINCON, 2006, p.169).

⁷³ No original: “La televisión es un medio de expresión para contar historias, una mediación que reivindica aquellas formas y formatos que apelan con más frecuencia a los afectos” (RINCON, 2006, p.176).

regime de crença que ela lhe propõe, bem como a verificação entre suas propostas e o discurso ofertado” (DUARTE; DIAS 2006, p. 23-24).

Isso quer dizer que os conteúdos transmitidos através da televisão têm a capacidade de recriação e criação de imaginários mediados por realidades diferentes, mas o público é quem se apropria dessas realidades. Assim, a TV é o dispositivo cultural de construção de realidades, porém elas são interpretadas pelo público a partir de suas perspectivas, de visões socialmente construídas, do contexto social no qual os indivíduos estão situados.

Segundo Duarte (2007), a televisão não atua apenas em espaços internos – aqueles que se alimentam do que acontece no mundo exterior que se tornam referências para a construção de realidades – mas também atua nos espaços externos, sendo essas a fonte na qual a televisão⁷⁴ não apenas apresenta realidades, mas também as sustenta. De acordo com a autora, a TV desenvolveu seus próprios caminhos para construir realidades que são denominadas como: meta-realidade, supra-realidade e a mais recentemente, para-realidade.

A meta-realidade seria então esse tipo de realidade discursiva veiculada pela televisão que tem como referência direta o mundo exterior e natural, constituindo-se naqueles produtos – subgêneros telejornais, documentários, reportagens, entrevistas, etc. – que têm por base acontecimentos exteriores ao meio sobre os quais a tevê não detém o controle (DUARTE, 2007, p. 3).

O objetivo desta realidade é apresentar o mundo exterior, de forma que a televisão se coloca como comprometida com a “verdade” e a “fidelidade” aos fatos que são noticiados, bem como aos atores sociais que dela participam. O exemplo mais claro da meta-realidade são os telejornais que são apresentados no Canal 5 – TN5 Matutino, TN5 Estelar, TN5 Fin de semana – pois neles são apresentadas as notícias que acontecem não apenas em Honduras, mas no mundo. Assim, na meta-realidade, os compromissos pautados estão fundamentados por lógicas específicas “que a obriga a buscar fontes confiáveis para o discurso veiculado, a convocar testemunhas dos acontecimentos relatados que confirmam credibilidade aos relatos apresentados, pois o regime de crença que propõe é o da verdade” (DUARTE, 2007, p. 3).

Enquanto a supra-realidade, não existe compromisso direto com o mundo exterior, mas há uma coerência interna no discurso que produz. Trata-se daqueles produtos ficcionais como telenovelas, filmes e séries. Como exemplo disso, podemos colocar as telenovelas, minisséries e filmes hondurenhos e estrangeiros que são transmitidas através do Canal 5.

⁷⁴ Os gêneros televisivos “referem-se ao tipo de realidade que um produto televisual constrói, considerando o tipo real que tome como referência o regime de crença que propõe ao telespectador” (DUARTE,2007, p,5). Enquanto ao formato, a autora explica que “o termo formato, nomenclatura bastante empregada pelo meio televisual, identifica a forma e o tipo de produção de um programa” (DUARTE,2007, p,6).

A para-realidade, segundo Duarte (2007), é a outra maneira de construir realidades televisivas. Esse é um novo tipo de realidade, na qual o mundo exterior não é a referência, mas é o mundo paralelo onde os acontecimentos são construídos de forma artificial, no interior do próprio meio, como ocorre em programas de *reality shows* e de *talk shows* que são fundamentados por fatos provocados e controlados pela televisão, a partir de suas próprias regras como: os programas culinários, os programas de jogos, programas de entrevistas, entre outros. Assim, consideramos que essa classificação das realidades à luz de Duarte (2007) não só nos ajuda na compreensão teórica, mas também contribui na metodologia deste trabalho, pois entendemos que essas formas de apresentar as realidades não são separadas.

Ainda nessa perspectiva, Jost (2007) explica que no mundo televisivo se ancora no “mundo real”, quer dizer, aquele que acontece no social e no cotidiano; no “mundo fictício”, no qual a realidade ultrapassa a ficção e, quando esses mundos se misturam, constroem um terceiro: o lúdico, ou seja, “o intermediário entre o mundo da ficção ao qual se conferem regras, e o mundo real ligando de formas diversas o jogador ao mundo do jogo” (JOST, 2007, p.64).

Essa mescla da ficção com a realidade indicada por Jost (2007) é um traço que marca a produção televisiva, pois de acordo com Franca (2006), o que é veiculado na televisão opera entre esses dois mundos: o real e o ficcional, no qual a mescla de ambos acaba sendo a forma básica trabalhar com as duas realidades.

Além disso, uma outra questão que é importante considerar nas realidades apresentadas na TV, é o tom que mostram nos conteúdos televisivos. De acordo com Duarte (2007), o tom diz da forma com que uma narrativa tenta ser reconhecida, seja ela ficcional ou referencial. Nesse sentido, “o tom é seguidamente o que torna o telespectador cativo de uma emissão. A leveza ou seriedade de um programa, o humor sutil de outro, a irreverência de um terceiro têm o poder de reter o telespectador frente à telinha bem mais do que outros recursos ou artimanhas” (DUARTE, 2007, p.6,7). Com tudo isso, entendemos, então, que cada peça televisiva que compõe a grade de programação, além de mostrar traços para atrair ao público, mostra e retrata realidades que representam o mundo social.

Dessa forma, perceber a natureza da produção televisiva a partir das realidades, dos tons, cruzamentos de diversidades, de misturas entre a ficção e o real, bem como, o que tentam dizer os programas através da sua tonalização, significa então compreender que a tevê constitui e transmite sentidos híbridos sobre o mundo social. Assim, é nessa perspectiva que procuramos entender as diversas formas culturais e o tom dos programas televisivos do fluxo do Canal 5.

2.4. Da grade da programação: entendendo a construção do perfil da emissora televisiva

A partir das reflexões do pensamento do Williams (2016) sobre o fluxo televisivo, entendemos que esse processo é uma experiência cultural que pode ser analisada desde a programação. De acordo com o autor, os programas⁷⁵ de TV são unidades que têm tempo definido e o objetivo da programação é colocá-las em sequência. Dessa forma, os canais de televisão procuram encadear numa sequência lógica as peças televisivas que estão focados nas necessidades e desejos dos telespectadores.

Segundo Duarte (2014), a organização da grade de programação de uma emissora, precisa de um detalhado planejamento, já que, no momento de escolher e agrupar os produtos televisivos, eles devem atuar em duas linhas temporais: horizontais e verticais. A primeira linha é aquela que está relacionada com o desenvolvimento sintagmático dos programas, na sequencialidade semanal, focando-se sobre a programação no aspecto da sua periodicidade e reiteração.

Já a linha vertical “responde à inserção da emissão de um dado programa no fluxo da grade diária de uma emissora, em horário definido, precedido e sucedido por outros produtos” (DUARTE, 2014, p. 4). Dessa forma, entendemos que cada programa exibido na televisão ocupa um lugar ou espaço determinado em função do horário, dos dias e da forma de apresentação (diária, semanal ou mensal).

A composição das grades de programação dos canais de televisão procura articular sua oferta televisiva ao seu público alvo, tendo em conta as características e ritmos de vida das pessoas, pois esses aspectos influenciam na escolha dos conteúdos e na definição de seus horários de exibição. Por isso, “as grades das diferentes emissoras correspondem a tentativas de administração não só do gosto, mas da temporalidade complexa e forçosamente direcionada da parcela de público disponível em cada faixa horária” (DUARTE, 2014, p. 1-2).

Assim, entendemos que a seleção dos programas de televisão não é algo que acontece sem um propósito, pois é feito a partir de um estudo minucioso e detalhado da escolha dos conteúdos e da definição das faixas horárias. Além disso, a distribuição dos conteúdos na grade da programação também está baseada nas atividades e nas expectativas do público que está na frente das telas (JOST, 2007). Nesse sentido, Segundo Fachine (2001), a programação de uma emissora responde ao modo como os programas televisivos são organizados na grade em conformidade com o dia da semana, horário, do sexo e faixa etária, pois esses aspectos “indicam

⁷⁵ “O programa é antes uma instância na qual se articulam as mais variadas unidades organizativas da linguagem televisiva ou, se preferirmos, o programa é um “lugar” de operação dos vários gêneros abrigados pela programação” (FACHINE, 2001, p.18).

por si sós a constituição, em torno de cada programa, de um quadro de expectativas tanto do ponto de vista da produção quanto da recepção” (FECHINE, 2001, p.18).

Compreendemos, então, que é a partir da programação que emergem os significados e sentidos que a televisão como forma cultural transmite, pois definir os programas, estabelecê-los em faixas horárias e levar em consideração os tipos de públicos (já que a programação é ajustada para eles) permite definir o perfil do canal de televisão, pois “a seleção, como a sucessão e a aproximação dos programas são criadores de sentidos e contribuem para forjar a identidade da emissora” (JOST, 2007, p. 52). Assim, a grade de programação obedece a uma montagem de pensamento cultural, social, econômico e político que rege o canal de televisão. Uma emissora é uma empresa que está controlada por uma lógica econômica e política, uma instituição que, segundo Jost (2007), tem missões no espaço público, e é uma marca que está em concorrência com outras emissoras através de seus programas.

Nesse sentido, para construção do perfil da emissora a partir da grade da programação, os canais de televisão empregam métodos de auto-referenciação que, segundo Duarte (2004), são macroestratégias que se utilizam com diversos propósitos desde “a construção de sua própria imagem e promoção de seus produtos à proposição mesmo de um real artificial, paralelo, construído no interior do próprio meio” (DUARTE, 2004, p. 47). Ou seja, a tevê tenta, através dessas formas de autoconvocação, falar de si mesma, ao mesmo tempo em que convida aos telespectadores para acompanhar e fazer parte do mundo televisivo que ela mesma constrói.

Quanto a isso, dentro das estratégias de auto-referencialidade, Duarte (2004) propõe: a interação do público a partir das diferentes formas de participação no interior dos programas televisivos e as estratégias de *marketing* associadas à publicidade dos produtos televisivos ou das publicidades falam das virtudes e características da emissora. Assim, é por meio dessas maneiras comunicativas que as empresas televisivas criam e projetam uma imagem como instituições permitindo-lhes marcar seu lugar como instâncias que organizam um mundo oferecido para o público.

“A forma com que a programação televisiva se desenrola é a marca de uma emissora, sua identidade. Os horários e os respectivos programas que caberão neste texto formam as estratégias do veículo para melhor atrair o público e vender seu produto” (LIMA, 2015, p. 44). Assim, quando se estabelece o que é colocado no ar, o veículo evidencia o que ele acredita e como ele procura agradar ao público. Dessa forma, entendemos que, o que é transmitido no fluxo televisivo são unidades de programas separadas, colocadas numa sequência lógica, de forma articulada e pensada pelas emissoras com o objetivo de atingir os interesses e exigências do público, bem como à valores e perspectivas próprias do canal.

Segundo Duarte (2014), existem três aspectos que conduzem a estruturação da grade da programação nas emissoras de televisão. A primeira é a *empresarial*: ela escolhe os programas com a visão do lucro que se pode gerar tomando em conta “a continuidade semântica entre programas e promoção, essa última com interferência até mesmo no próprio conteúdo das narrativas” (DUARTE, 2014, p. 4). A segunda forma é *institucional*, cujo objetivo está focado nas compras dos produtos televisivos levando em consideração as funções que a emissora se atribui; e, finalmente, a *marca*, que associa as escolhas dos programas com a imagem que o canal procura projetar de si.

Além disso, a escolha da programação que vai ser exibida na televisão, de acordo com Jost (2007), permite que a emissora se afirme não apenas como a responsável editorial, mas também sustenta a construção da sua imagem, seu perfil como veículo e como companheira do telespectador. Nesse sentido, os conteúdos televisivos da grade contêm os valores e aspectos nos quais a emissora acredita ou é portadora.

A lógica de marca, enfim, impulsiona as emissoras a escolherem programas coerentes com sua imagem e, reciprocamente, a construírem a imagem da emissora, seja privada ou pública, comercial ou não. Essa é, com efeito, a questão central a ser resolvida pelo programador: cada programa constitui a imagem da emissora e a imagem da emissora semantiza cada programa, de tal modo que assistir ao mesmo programa em duas emissoras diferentes não tem o mesmo sentido (JOST, 2007, p. 91).

Deste modo, entendemos que isso permite que os telespectadores conheçam e identifiquem a dimensão cultural e os sentidos que a emissora procura projetar, através do contato com os conteúdos exibidos na tela. Assim, a grade não é construída de maneira espontânea, ela é feita a partir da análise dos tipos de públicos que assistem à televisão, compreendendo que sua construção está em diálogo com o conjunto de valores e práticas culturais das sociedades.

Essa ideia é levantada por Duarte (2007) ao explicar que a definição dos horários e dos dias para a inserção dos programas de televisão está ligada a aspectos sociais e culturais associados aos hábitos do telespectador. “Na elaboração de uma grade de programação, os fatores externos de ordem cultural, social e econômica são determinantes definindo dias para a exibição de cinema ou futebol, variedades ou humorismo, jogos ou concursos” (DUARTE, 2004, p. 46). Quanto às publicidades comerciais, as quais fazem parte do fluxo, estão vinculadas, segundo a autora, às relações entre o tipo de produto, programa e também da grade.

Além disso, a forma que o veículo atua através do fluxo permite interpretar seu perfil como emissora e pode abalar, inclusive, sua credibilidade ou sua relação com o público. Jost (2007) expõe o caso que aconteceu na televisão francesa quando foi noticiado um evento sem ter certeza de que aconteceria

como fez a France 2, em 3 de fevereiro de 2004, às 20 horas, anunciando a retirada do primeiro ministro Juppé da vida política; ou recusar-se abertamente de programar as emissões de telerrealidade são atos que participam da construção da identidade, ou da imagem da emissora: o primeiro a descredibiliza, o segundo é uma garantia de qualidade junto a um determinado público (JOST,2007, p. 53).

Um exemplo de grade de programação consolidada é o caso da Rede Globo, no Brasil, já que, segundo Duarte (2014), apresenta uma grade fixa no eixo vertical na sequência dos programas no dia e no eixo horizontal na sequência dos diversos programas transmitidos durante a semana

o horário nobre é preenchido com duas telenovelas de temática mais leve, encaixadas por telejornais curtos e sintéticos, o jornal local e o **Jornal nacional**, uma telenovela de produção mais sofisticada e enredo mais forte, a atual *novela das nove*, e, a partir das 22h, uma linha comportando filmes, futebol, seriados produzidos pela emissora, reportagens (**Globo repórter**, **Profissão repórter**). Todos esses programas são apresentados com bastante regularidade de horário e programação, exceto nos verões, após as 22h, quando a programação dessa faixa horária é substituída por minisséries, reprises de filmes e o Big Brother Brasil (DUARTE, 2014, p. 7, grifos da autora).

Assim, de acordo com Duarte (2014), esse padrão da Globo no Brasil permite-lhe conquistar e liderar sua audiência, pois na atualidade a emissora transmite cinco telenovelas diárias em sua programação “sendo considerada uma das maiores produtoras de telenovelas do planeta: são produtos que reafirmam a identidade da emissora, e possibilitam que os telespectadores reconheçam, de pronto, a grife de qualidade da Globo (DUARTE, 2014, p. 7).

Na nossa perspectiva e articulando esses fundamentos teóricos com nosso objeto de estudo, entendemos que um canal de TV se constitui na sua programação, ou seja, desde a estrutura da grade, os tipos de programas que exhibe até as estratégias de autoconvocação que a emissora utiliza para falar de si mesma.

É a partir dessa perspectiva que procuramos analisar o fluxo televisivo do Canal 5, pois ele tem um desenho da grade no qual exhibe peças televisivas como: telenovelas, filmes e programas de entretenimento produzidos em países estrangeiros – Estados Unidos, México e Brasil – que se misturam com a programação nacional e as publicidades externas e internas da emissora, além das formas comunicativas de autorreferencialidade, aspectos que conjuntamente contribuem para a fidelização de seu público reforçando sua imagem perante o público.

Assim, estudar seu fluxo televisivo nos permite entender sua forma cultural como emissora em Honduras. Nesse sentido, com a ajuda dessas abordagens e da interpretação teórica do fluxo, assim como com a problematização sobre como a grade da programação opera, entendemos que esse processo está articulado pelos aspectos culturais e sociais, produzindo uma experiência cultural para os telespectadores. É assim que nosso caminho se abre para o

capítulo seguinte, no qual evidenciamos nosso percurso metodológico, que permitiu o desenvolvimento da análise desta pesquisa.

3. UM OLHAR SOBRE O FLUXO DO CANAL 5: OBJETO EMPÍRICO E OS PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Embora em Honduras existam mais de 300 canais de televisão, de acordo com CONATEL⁷⁶, nesta pesquisa escolhemos uma das maiores emissoras de Honduras, por ser o primeiro canal de tevê criado no país, pela sua vinculação histórica, política e social em Honduras e por ser um dos canais que veicula na sua maioria produções importadas na grade. Assim, fundamentamos a escolha do Canal 5 para este estudo devido ao seu perfil distintivo na grade de sua programação, que mistura os conteúdos estrangeiros e nacionais com as publicidades internas e externas articulando sentidos, valores culturais e sociais.

Nesse sentido, esta pesquisa procura compreender como o fluxo televisivo do Canal 5 permite a construção de um perfil específico e singular para a emissora hondurenha revelando sua forma cultural. Para isso, propomos realizar uma análise do seu fluxo, com o objetivo de entender como esse canal de TV constrói seu perfil diante do público e dialoga com ele, observando a hibridização de seus conteúdos, a partir das mesclas entre as produções dos países exportadores de produtos televisuais da América Latina com os programas de TV hondurenhos, bem como, a publicidade comercial e institucional no interior da grade de programação.

Neste capítulo, explicamos a estrutura metodológica que permitiu o desenvolvimento da análise do fluxo televisivo. No primeiro momento, apresentamos nosso objeto empírico no contexto atual, a grade da programação do Canal 5 e expomos em detalhes os formatos televisivos que compõem sua programação para oferecer um panorama mais preciso sobre a grade da emissora. Também refletimos sobre os conceitos operadores que contribuíram para construir o percurso teórico-conceitual e, finalmente, mostramos o tratamento que daremos ao nosso *corpus* e os eixos analíticos que conduziram a elaboração da análise desta pesquisa.

3.1. Apresentação e caracterização do objeto empírico: o Canal 5

Para conhecer melhor nosso objeto de estudo, apresentamos as informações sobre o *Canal 5* na atualidade, além da estrutura da sua grade de programação e os gêneros televisivos e formatos que a compõem.

1.1.1. O Canal 5 hoje

Em 2019, o Canal 5 completou 60 anos de existência e sua imagem corporativa foi renovada para comemorar sua fundação. Desde 1959, o Canal 5 conseguiu consolidar seu

⁷⁶Disponível em: <http://sitae.conatel.gob.hn/SIGERPAC/Radiodifusion/MapaRD/ListadoLicencias.aspx>
Acesso em: 18 Feb.2021.

público oferecendo, além de diferentes tipos de programação, a transmissão de importantes eventos no país como o furacão Fifi, em 1974, e o furacão Mitch, em 1998. Além disso, a partir de 1971, o Canal 5 transmitiu 12 eventos eleitorais em Honduras.

Na atualidade, o canal oferece para o público uma variada programação que se inicia às 5 horas e 45 minutos e finaliza às 24 horas. Durante toda a semana, a partir das 23h até a madrugada, são apresentadas reprises de programas do canal e filmes. Além das telenovelas e filmes importados, esta emissora transmite produções nacionais com formatos transnacionais, como o programa de debates *Frente a Frente*, os telejornais *TN5 Matutino*, *TN5 Estelar* e o *TN5 Dominical* e o programa de culinária *La Cocina de Keyla* que mostram na sua estrutura formal um desenho transnacional adaptado ao contexto hondurenho.

A tecnologia chegou a facilitar processos transmissão e circulação que antes eram muito caros, de modo que, em 2015, a *Televiscentro* aproveitou os desenvolvimentos tecnológicos para criar seu aplicativo móvel, a partir do qual qualquer usuário com um *smartphone*, um *tablet* ou *notebook* pode assistir ao vivo aos programas nacionais e estrangeiros, e às reprises de seus programas caso não possa assisti-los ao vivo.

Além disso, a população hondurenha tem a possibilidade de assistir todo o conteúdo televisivo do Canal 5 através do site de *Televiscentro*⁷⁷, embora, no caso dos programas internacionais, só estejam disponíveis para assistir no território hondurenho.

Uma das características do Canal 5 é que desde sua fundação tem transmitido produções audiovisuais de países como México, Estados Unidos e Brasil. Na atualidade, ainda há produções importadas como séries, filmes, programas de entretenimento e telenovelas que são produzidas pelos Estados Unidos, Colômbia, México e Brasil. Também podemos destacar que o Canal 5 sempre foi o líder das difusões esportivas em Honduras, pois tem os direitos de transmissão de vários eventos, como a Liga Nacional de Futebol de Honduras, a Copa Mundial de Futebol, mundiais juvenis, Liga de Futebol Mexicana, a Eurocopa, o Mundial Futebol Praia e o Mundial Futebol de Salão (Futsal)⁷⁸.

Após a morte do fundador do canal, em 2018, muitas mudanças foram percebidas na programação dos canais da *Televiscentro*. Houve a contratação e incorporação de uma consultoria colombiana, cujo objetivo era reestruturar alguns programas de televisão, promover modificações nos noticiários da televisão, criar novos programas de entretenimento para os diferentes canais de *Televiscentro* e incluir telenovelas colombianas na programação do Canal 5

⁷⁷ Site Televiscentro para assistir sua programação. Disponível em: <https://www.televiscentro.hn/>. Acesso em: 19 Mar.2020

⁷⁸ “O futsal, também chamado de futebol de salão, é um esporte coletivo semelhante ao futebol de campo, porém possui suas peculiaridades”. Disponível em: <https://www.todamateria.com.br/futsal/>. Acesso em: 26 de Oct. 2020.

– ainda que sem deixar de lado a transmissão de programas e telenovelas mexicanas e americanas.

1.1.2. Da grade de programação do Canal 5

Na atualidade, o Canal 5 oferece para o público uma variada programação como telenovelas, filmes, *talk shows*, *game shows*, *dating shows* estrangeiros e produções nacionais como telejornais e programas de entretenimento. Assim, a estrutura da grade da programação do canal está composta da seguinte maneira:

- Segunda-feira a Sexta-feira

Horário da manhã até o meio-dia

- O telejornal da manhã: *TN5 Matutino* (produção hondurenha)
- Programa de discussões: *Frente a Frente* (produção hondurenha)
- Revista televisiva: *Las Mañanas del 5* (produção hondurenha)

Horário da tarde

- Séries: *Como dice el dicho* e *La Rosa de Guadalupe* (ambas produções mexicanas)
- Telenovelas: *Chepe Fortuna* (produção colombiana), *El Man es German* (produção colombiana), *Soltero con Hijos* (produção mexicana) e *Médicos en línea de vida* (produção mexicana).
- Programa *Talk show*: *Caso cerrado* (produção americana)
- Programa *Dating show*: *Doce Corazones* (produção americana)
- Programa *Game show*: *La llamada ganadora* (produção hondurenha)

Horário da noite

- Telenovela: *La Señora Acero* (produção americana-mexicana)
- O telejornal nacional da noite: *TN5 Estelar* (produção hondurenha)

Sábados

Horário da manhã até o meio dia

- Jornal: *TN5 Matutino* (produção hondurenha)
- Telenovela: *Alegrijes y rebujos* (produção mexicana)
- Programa de culinária: *La Cocina de Keyla* (produção hondurenha)
- Séries: *Man with plan* (produção americana) e *Super store* (produção americana)

Horário da tarde

- Telenovela: *Soy Luna* (produção argentina)
- Séries: *Una familia de diez* (produção mexicana), *Alma de ángel* (produção mexicana), *Mi querida herencia* (produção mexicana), *Simón dice* (produção mexicana)

Horário da noite até a meia noite

- Telenovela *Sansón y Dalila* (produção brasileira),
- Filmes: *Cantinflas* (produção mexicana), *Bridget Jones 2 (no limite da razão)* (produção britânica), *Click* (produção americana)

Domingos

Horário da manhã até o meio dia

- Filme: Reprise de *Cantinflas* (produção mexicana)
- Programa de esportes: *Cinco Deportivo* (produção hondurenha)
- Games shows: *X-O da dinero* e *Game Time con Yordi Rosados* (produção mexicana)

Horário da tarde

- Games shows: *Game Time con Yordi Rosados* (produção mexicana)
- Pré-jogo: partida de futebol da *Liga Nacional de Honduras Marathon vrs Olimpia* (produção hondurenha)
- Jogo de futebol: *Marathon vrs Olimpia* (produção hondurenha)

Horário da noite até a meia noite

- Telejornal: *TN5 Dominical* (produção hondurenha)
- Filme: *Cincuenta sombras mas oscuras* (produção americana),
- Talk show: *Banegas* (produção hondurenha)

1.1.3. Dos gêneros televisivos e formatos que compõem a grade da programação do Canal 5

Segundo Duarte (2007), os gêneros televisivos referem-se ao tipo de realidade que os programas de TV mostram, tendo em conta a realidade que se utiliza como sua referência. Quanto ao formato, indica a forma de realização de um produto audiovisual (DUARTE, 2007). Nesse sentido, para compreender como está composta a grade da programação do Canal 5, consideramos importante detalhar os gêneros e os formatos que a constituem:

Gênero Informativo:

- Telejornais: o *TN5 Matutino*, o *TN5 Estelar* e o *TN5 Dominical* (formato transnacional de apresentação de notícias);
- Programa de discussões: *Frente a Frente* (realiza debates e análises de temas relevantes em Honduras a partir da visão de convidados especializados);
- Programa de esportes: *Cinco Deportivo* (aborda as notícias relacionadas ao futebol hondurenho e internacional);

Gênero ficcional:

- Telenovelas: *Chepe Fortuna* (produção colombiana), *El Man es German* (produção colombiana), *Soltero con Hijos* (produção mexicana) e *Médicos en línea de vida* (produção

mexicana), *La Señora Acero* (produção americana-mexicana), *Alegrijes y rebujos* (produção mexicana), *Soy Luna* (produção argentina), *Sansón y Dalila* (produção brasileira);

-Séries: *Como dice el dicho* (produção mexicana), *La Rosa de Guadalupe* (produção mexicana), *Man with plan* (sitcom, produção americana), *Super store* (sitcom, produção americana), *Una familia de diez* (sitcom, produção mexicana), *Alma de ángel* (produção mexicana), *Mi querida herencia* (sitcom, produção mexicana), *Simón dice* (sitcom, produção mexicana)

-Filmes: *Cantinflas* (produção mexicana), *Bridget Jones 2 (no limite da razão)* (produção britânica), *Click* (produção americana), *Cincuenta sombras mas oscuras* (produção americana);

Gênero Entretenimento:

-Programa de entretenimiento: *Las Mañanas del 5* (formato transnacional que aborda vários tópicos não relacionados e mezclados);

-Talk show: *Caso cerrado* (produção americana com formato de enlatado) e o Talk show *Banegas* (formato de entrevista quanto o apresentador realiza ao vivo um desenho animado do convidado);

-Dating show: *Doce Corazones* (produção americana, formato enlatado)

-Game shows: *La llamada ganador*, *X-O da dinero* e *Game Time con Yordi Rosados* (produção mexicana)

-Programa de culinária: *La Cocina de Keyla*

3.2. Dos conceitos operadores para realizar análise do fluxo televisivo

No percurso trilhado, consideramos importante refletir nos conceitos operadores, abordados nos capítulos anteriores, que constituem a base teórica que nos ajudará a realizar a análise. Nesse sentido, a partir da discussão teórica da globalização e da transnacionalização dos produtos televisivos como processos que permitiram a expansão e a circulação das produções audiovisuais na América Latina, procuramos olhar a televisão hondurenha, mais especificamente, o Canal 5, procurando observar como este canal traz na grade da programação conteúdos audiovisuais importados e hondurenhos com formatos transnacionais.

É a partir dessas dinâmicas transnacionais que entendemos que a hibridização é um eixo que cruza nosso material e nos permite refletir sobre as mesclas culturais que acontecem entre as produções televisivas importadas e as nacionais apresentadas no nosso objeto de estudo. Nessa perspectiva, para entender essas misturas e o que emerge a partir delas, procuramos analisar o fluxo televisivo do Canal 5, tomando-o como nosso lugar de observação, a fim de

interpretar como essa emissora de televisão, para além de ser um meio técnico de captação e transmissão de informação, deve ser compreendida como uma dimensão cultural que organiza e produz sentidos (OROZCO,1991).

Assim, entendemos que, a partir do que o Canal 5 constrói no fluxo televisivo com os programas (importados e nacionais), a inclusão dos trailers dos programas de TV e a publicidade (comercial e institucional) na grade da programação, podemos olhar na forma na que atua o fluxo. Isso nos permite perceber como o Canal 5 constitui-se e revela sua forma cultural como emissora em Honduras pelos traços políticos, sócio-históricos e culturais que carrega, bem como sua vinculação ao processo de constituição e desenvolvimento da televisão hondurenha.

3.3. Dos procedimentos metodológicos: construção da “falsa” semana e coleta do material empírico

Para analisar o fluxo televisivo do *Canal 5*, pensamos na criação de uma “falsa” semana, utilizando como referência metodológica a proposta de Tavares (2005), com o propósito de olhar o desenvolvimento dos programas televisivos na grade ao longo de uma semana, entendendo, assim, que a lógica da grade é semanal (DUARTE, 2014). Articulando a essa abordagem, propomos realizar uma análise de conteúdo (BAUER; GASKELL, 2002) da programação televisiva veiculada com o objetivo de compreender o que o fluxo revela pela articulação desses discursos; ou seja, observar as proposições e sutilezas dessas narrativas a fim de interpretar os sentidos e valores que esses programas de TV procuraram transmitir para o público ao mesmo tempo em que contribuem para a construção de uma dinâmica televisiva específica para a emissora.

Nesse sentido, para a elaboração da “falsa” semana, consideramos importante compreender que, segundo Duarte (2014), a organização da grade da programação dá-se a partir de dois eixos temporais: o horizontal, que é quando se estabelecem os horários fixos de cada programa durante toda a semana, e o vertical, que “responde à inserção da emissão de um dado programa no fluxo da grade diária de uma emissora, em horário definido, precedido e sucedido por outros produtos” (DUARTE, 2014, p. 4). De acordo com a autora, a estrutura da grade se repete conservando a atualização de seus discursos e, além disso, sustenta-se na serialização: o parâmetro que permite a distribuição, organização e fragmentação dos conteúdos apresentados na tevê. Desta maneira, nosso recorte nos permitiu obter uma noção do fluxo regular da programação televisiva e perceber sua operacionalização na grade do Canal 5.

3.3.1. Do procedimento de recorte e do material empírico

Para construir a “falsa” semana, realizou-se uma gravação da programação do Canal 5 em Honduras nos meses de janeiro e fevereiro de 2020, das 5h45 da manhã (início da programação) às 24h, quando a programação é finalizada. Nesse sentido, estruturamos nosso recorte a partir da seguinte lógica: iniciamos na segunda-feira (6 de janeiro de 2020), na seguinte semana recortamos a terça-feira (14 de janeiro de 2020), na seguinte a quarta-feira (22 de janeiro de 2020) e assim sucessivamente até completar a semana, ficando assim, estabelecida:

Tabela 1- Criação da “falsa” semana

“FALSA” SEMANA							
Dias da semana	Segunda	Terça	Quarta	Quinta	Sexta	Sábado	Domingo
Data da Programação Canal 5	6/01/2020	14/01/2020	22/01/2020	30/01/2020	7/02/2020	15/02/2020	23/02/2020

Fonte: elaboração própria

O objetivo desse modo de coleta foi evitar que um tema político, econômico ou social no país dominasse o fluxo de nosso recorte temporal, por isso, organizamos a coleta de modo a preservar o seu encadeamento temporal. Assim, a “falsa” semana nos permitiu perceber as particularidades do fluxo e como as questões tratadas aparecem ao longo da programação.

Além do material online como suporte documental, também foi feito um diário de campo, ou seja, um pequeno registro do contato com o material para obter uma melhor compreensão e perspectiva do que observamos no fluxo do *Canal 5*.

3.3.2. Da “falsa” semana e dos programas televisivos da grade: apresentação e caracterização do corpus

Neste item, apresentamos nossa “falsa” semana construída no período de janeiro/fevereiro de 2020, desde as 5h45 da manhã às 24h. Além disso, expomos brevemente os programas televisivos que compõem a programação semanal de nosso recorte com a finalidade de apresentar um olhar mais detalhado de cada conteúdo da grade.

Tabela 2- “Falsa” semana da programação semanal do Canal 5

Horário	Segunda-feira 6 de janeiro 2020	Terça-feira 14 de janeiro 2020	Quarta-feira 22 de janeiro 2020	Quinta-feira 30 de janeiro 2020	Sexta-feira 7 de fevereiro 2020	Horário	Sábado 15 de fevereiro de 2020	Horário	Domingo 23 de fevereiro de 2020
5h45-7h	Telejornal TN5 Matutino	Telejornal TN5 Matutino	Telejornal TN5 Matutino	Telejornal TN5 Matutino	Telejornal TN5 Matutino	6h-7h	Reprise filme: Cantinflas	6h-7h	Reprise filme: Cantinflas
7h-9h	Programa de debates: Frente a Frente	Programa de debates: Frente a Frente	Programa de debates: Frente a Frente	Programa de debates: Frente a Frente	Programa de debates: Frente a Frente	7h-8h	Telejornal TN5 Matutino	7h-8h	Reprise filme: Cantinflas
9h-12h	Revista televisiva: Las Mañanas del 5	Revista televisiva: Las Mañanas del 5	Revista televisiva: Las Mañanas del 5	Revista televisiva: Las Mañanas del 5	Revista televisiva: Las Mañanas del 5	8h-9h	Série: <i>La Rosa de Guadalupe</i>	8h-9h	Programa de esportes: <i>Cinco deportivo</i>
12h-13h	Série: <i>Como dice el dicho</i>	Série: <i>Como dice el dicho</i>	Série: <i>Como dice el dicho</i>	Série: <i>Como dice el dicho</i>	Série: <i>Como dice el dicho</i>	9h-10h	Telenovela: <i>Alegrijes y rebujos</i>	9h-10h	Programa de esportes: <i>Cinco deportivo</i>
13h-14h	Telenovela: <i>Chepe Fortuna</i>	Telenovela: <i>Chepe Fortuna</i>	Telenovela: <i>Chepe Fortuna</i>	Telenovela: <i>Chepe Fortuna</i>	Telenovela: <i>Chepe Fortuna</i>	10h-11h	Telenovela: <i>Alegrijes y rebujos</i>	10h-11h	Programa de esportes: <i>Cinco deportivo</i>
14h-15h	Telenovela: <i>El Man es German</i>	Telenovela: <i>El Man es German</i>	Telenovela: <i>El Man es German</i>	Telenovela: <i>El Man es German</i>	Telenovela: <i>El Man es German</i>	11h-12h	Programa de culinária: <i>La Cocina de Keyla</i>	11h-12h	Programa de esportes: <i>Cinco deportivo</i>
15h-16h	Game show: <i>La Llamada ganadora</i>	Game show: <i>La Llamada ganadora</i>	Game show: <i>La Llamada ganadora</i>	Game show: <i>La Llamada ganadora</i>	Game show: <i>La Llamada ganadora</i>	12h-12h30	Série: <i>Man with a plan.</i>	12h-13h	Game show: <i>X-0 da dinero</i>
16h-17h	Dating show: <i>Doce Corazones</i>	Dating show: <i>Doce Corazones</i>	Dating show: <i>Doce Corazones</i>	Dating show: <i>Doce Corazones</i>	Dating show: <i>Doce Corazones</i>	12h30-13h	Série: <i>Super store</i>	13h-14h30	Game show: <i>X-0 da dinero</i>
17h-18h	Talk show: <i>Caso Cerrado</i>	Talk show: <i>Caso Cerrado</i>	Talk show: <i>Caso Cerrado</i>	Talk show: <i>Caso Cerrado</i>	Talk show: <i>Caso Cerrado</i>	13h-13h30	Série: <i>Una Familia de diez</i>	14h30-15h	Game show: <i>Game time</i>
18h- 19h	Série: <i>La Rosa de Guadalupe</i>	Série: <i>La Rosa de Guadalupe</i>	Série: <i>La Rosa de Guadalupe</i>	Série: <i>La Rosa de Guadalupe</i>	Série: <i>La Rosa de Guadalupe</i>	13h30-14h	Série: <i>Alma de ángel</i>	15h-15h30	Game show: <i>Game time</i>
19h-20h	Telenovela: <i>Soltero con Hijos</i>	Telenovela: <i>Soltero con Hijos</i>	Telenovela: <i>Soltero con Hijos</i>	Telenovela: <i>Soltero con Hijos</i>	Telenovela: <i>Soltero con Hijos</i>	14h-14h30	Série: <i>Mi querida herencia</i>	15h30-16h	“Pre-jogo”: partida de futebol da <i>Liga Nacional de Honduras Marathon vrs Olimpia</i>
20h-21h	Telenovela: <i>Médicos en línea de vida</i>	Telenovela: <i>Médicos en línea de vida</i>	Telenovela: <i>Médicos en línea de vida</i>	Telenovela: <i>Médicos en línea de vida</i>	Telenovela: <i>Médicos en línea de vida</i>	14h30-15h	Série: <i>Simón dice</i>	16h-17h	Partida de futebol da <i>Liga Nacional de Honduras Marathon vrs Olimpia</i>
21h-22h	Telejornal da noite TN5 Estelar	Telejornal da noite TN5 Estelar	Telejornal da noite TN5 Estelar	Telejornal da noite TN5 Estelar	Telejornal da noite TN5 Estelar	15h-16h	Game show: <i>La Llamada ganadora</i>	17h-18h	Partida de futebol da <i>Liga Nacional de Honduras Marathon vrs Olimpia</i>
22h-23h	Série: <i>Señora Acero</i>	Série: <i>Señora Acero</i>	Série: <i>Señora Acero</i>	Série: <i>Señora Acero</i>	Série: <i>Señora Acero</i>	16h-18h	Telenovela: <i>Soy Luna</i>	18h-19h	Telejornal TN5 <i>Dominical</i>
23h-24h	Repetição de programa de debates: <i>Frente a Frente</i>	Repetição de programa de debates: <i>Frente a Frente</i>	Repetição de programa de debates: <i>Frente a Frente</i>	Repetição de programa de debates: <i>Frente a Frente</i>	Repetição de programa de debates: <i>Frente a Frente</i>	18h-19h	Mini série: <i>Sansón y Dalila</i>	19h-20h	Série: <i>Macgyver</i>
						19h-21h30	Filme: <i>Cantinflas</i>	20h-22h	Filmes: <i>Noche de Gala</i>
						21h30-23h	Filmes: <i>Cine Click</i>	22h-23h	Talk show: <i>Banegas</i>
						23h-24h	Filmes: <i>Cine de medianoche</i>	23h-24h	Reprise de programação do dia

Fonte: elaboração própria

Programas informativos

O Canal 5 oferece ao público três noticiários que são transmitidos em três emissões diferentes:

-*TN5 Matutino*: esta emissão de notícias inicia a partir das 05h45 às 7h, de segunda-feira a sexta-feira, e no dia sábado das 7h às 8h. O telejornal é apresentado pelo jornalista Ramón Matute e neste espaço se transmite as notícias e acontecimentos nacionais e internacionais que ocorrem no período da manhã. Nas edições analisadas, informou-se sobre as condições climáticas, as mortes causadas pela violência no período da noite, as emergências climáticas que vem ocorrendo no país e as notícias sobre o problema da imigração dos hondurenhos aos Estados Unidos.

Figura 5-Telejornal TN5 Matutino



Fonte: Site *Televiscentro*

-*TN5 Estelar*: o telejornal transmitido de segunda-feira a sexta-feira, no horário nobre, das 21h às 22h, é apresentado pelos jornalistas Renato Alvarez e Cristina Rodriguez. Neste espaço, apresentam-se as notícias nacionais e internacionais que acontecem ao longo do dia, com reportagens de profundidade e análises e, além disso, apresentam-se as indicações climáticas para o período da noite e do seguinte dia. No nosso recorte, o noticiário abordou

temas como a imigração, a corrupção em Honduras, a emergência climática que acontece no país devido ao aquecimento global.

Figura 6-Telejornal da noite TN5 Estelar



Fonte: Site *Televicentro*

-*TN5 Dominical*: esta emissão de notícias é exibida aos domingos, das 18h até 19h, e é apresentado pelos jornalistas Ulisses Aguirre e Eunice López. Aqui, se transmitem os acontecimentos nacionais e internacionais que ocorrem durante o final de semana.

Figura 7-TN5 Dominical



Fonte: Site *Televiscentro*

Programa de discussão

-*Frente a frente*: transmitido de segunda-feira a sexta-feira, das 7h às 9h, e é reprisado das 23h à 1h da manhã. Neste programa, apresentado pelo jornalista Renato Alvarez, se discute e analisa, junto a especialistas convidados, temas políticos, sociais e econômicos de Honduras.

Figura 8-Programa de discussão Frente a Frente



Fonte: Site *Televiscentro*

Programas de entretenimento

-*Las Mañanas de 5*: é uma revista (*magazine*) televisiva transmitida de segunda-feira a sexta-feira, das 9h ao meio-dia. Oferece para o público conteúdo variado — receitas de cozinha, notícias de celebridades do país e do mundo, dicas de beleza — e seu objetivo é entreter de maneira otimista, divertida e dinâmica aos telespectadores. O programa é apresentado por Loren Mercadal, Kritza Perez, Keyla Martinez, Ricardo Chinchilla e Elmer Valladares.

Figura 9-Programa Las Mañanas del 5



Fonte: Site *Televicentro*

-*La cocina de Keyla*: é um programa de culinária transmitido aos sábados das 11h às 12h. Este programa é apresentado pela *Chef* Keyla Martinez, que junto a um convidado (pessoas famosas em geral em Honduras), prepara uma receita diferente em cada emissão do programa. Na atualidade, o programa está no ar, mas mudou de nome e agora é chamado *La Cocina del Cinco* e é apresentado pela *Chef* Laura Perez.

Figura 10-Programa La Cocina de Keyla



Fonte: Site *Televicentro*

-*Cinco Deportivo*: é um programa de esportes exibido aos domingos, das 8h até o meio-dia, que apresenta as notícias esportivas, mas concentra-se no futebol nacional e internacional e é apresentado pelo jornalista esportivo Salvador Nasralla⁷⁹. Começou a ser transmitido aos domingos desde abril de 1981 e ainda está no ar.

Programas *Game shows*: O Canal 5 transmite três programas de competições, dois de produção nacional (mas sua estrutura é um formato internacional) e outro programa enlatado de origem mexicana.

-*X-0 da dinero*: programa de competições, transmitido aos domingos das 13h às 16h, A cada mês, os jogos e competições do programa são alterados e modificados de acordo com a época do ano, o local onde é realizado e o público que participa. É gravado em diversos locais como parques aquáticos, escolas, circos e ao ar livre (por exemplo, em comemoração aos aniversários das cidades de San Pedro Sula e Tegucigalpa, capital de Honduras). Além disso, foi transmitido pela primeira vez em 3 de março de 1990 como uma iniciativa de seu diretor e apresentador, Salvador Nasralla.

⁷⁹ O jornalista foi candidato presidencial para as eleições de novembro 2013 e também é das de novembro de 2021. Disponível em: <https://www.bbc.com/mundo/noticias-america-latina-42135543>. Acesso em: 26 oct. 2020.

Figura 11-X-O da dinero



Fonte: Site *Televicentro*

-*La llamada ganadora*: é um jogo que testa as habilidades do participante. Nele, o público, através de uma ligação telefônica, tenta resolver quebra-cabeças e desafios intelectuais que se apresentam na tela para obter o prêmio em dinheiro.

-*Game time com Yordi Rosados*: é um programa de competições mexicano que é transmitido aos domingos, às 14h30, apresentado por Yordi Rosados. Neste programa, duas pessoas do público são os capitães das duas equipes e cada grupo tem três celebridades como convidados. O objetivo é competir em vários jogos e dinâmicas lutando para ganhar o prêmio final (em dinheiro).

Programas *Talk shows*: Canal 5 transmite dois programas *talk show*, um é produção americana (programa enlatado) e o outro é nacional:

-*Caso cerrado*: é um programa americano criado pela produtora *Telemundo* que apresenta vários dramas cotidianos (situações familiares, amorosas ou de trabalho) com o objetivo de resolver os conflitos com a mediação da advogada e a apresentadora Ana Maria Polo (a “juíza” no contexto do programa). O programa é transmitido de segunda-feira a sexta-feira, das 17h às 18h.

-*Banegas*: programa nacional de entrevistas com pessoas influentes no país para conhecer suas vidas, ao mesmo tempo em que seu apresentador e cartunista, Dario Banegas, realiza uma charge ao vivo para o convidado. É transmitido aos domingos, das 22h às 23h.

Figura 12-Programa Banegas



Fonte: Facebook, Canal 5

Programa Dating show: Canal 5 transmite o programa enlatado de origem americano.

-Doce corazones: é produzido pela *Telemundo*, é um programa de jogos que pretende ajudar as pessoas a encontrarem um par romântico. Elas são colocadas para fazer vários desafios, se conhecerem um pouco mais e formarem os “pares”. O show é apresentado por Penelope Menchaca e é transmitido de segunda-feira a sexta-feira, das 16h às 17h.

Telenovelas

Na programação do Canal 5 são apresentadas telenovelas de produção estrangeira, que mostram histórias com drama, amor, narcotráfico e temas infantis. São transmitidas de segunda-feira à sábado em diferentes horários, enquanto aos domingos o Canal 5 não apresenta telenovelas. Assim, detalhamos brevemente as telenovelas foram exibidas de segunda-feira até o sábado em nosso recorte empírico:

-Chepe Fortuna (13h): telenovela colombiana de comédia, que apresenta a história de José "Chepe" Fortuna, um jovem pescador e líder do bairro "*El Tiburon*" que tem o sonho de ser prefeito para que seu povo não viva mais na pobreza e dar-lhes um futuro melhor. Nesta narrativa, também está Niña Cabrales, uma jovem descendente de uma das famílias mais importantes do litoral colombiano, que retorna da Espanha e procura realizar projetos ecológicos, além de ajudar os pescadores do bairro. Embora não se conheçam, os dois sonham

um com o outro, pois eles têm uma conexão que surgiu quinze anos atrás, quando o navio em que Niña e seu pai viajavam naufragou, o avô de Chepe conseguiu salvar Niña do afogamento, mas seu pai morreu, assim como o avô de Chepe de um ferimento causado para salvar Niña.

-*El Man es German* (14h): esta narrativa é uma produção colombiana que conta as aventuras e desventuras de um homem sem profissão que viaja para os Estados Unidos em busca do sonho americano e que, após essa viagem, procura retornar a seu país. Mas, ao voltar, enfrenta uma série de acontecimentos cômicos e divertidos.

-*Soltero con Hijos* (19h): é uma comédia de drama mexicano sobre a história romântica de Nicolás Contreras e Victoria Robles. Eles são de dois mundos opostos e se unem para dar um giro importante na vida um do outro por amor. Nicolás é solteiro, sem responsabilidades e viciado em diversão e mulheres; ela é uma psiquiatra que está pronta para se casar com Maurício, até que ele cancela o casamento rompendo as ilusões da Victoria.

-*Médicos en línea de vida* (20h): produção mexicana de drama médico que apresenta a história de médicos que trabalham num importante hospital que é liderado por Gonzalo Olmedo, quem tenta dirigir o hospital, mas, devido à complexidade do cargo, procura contratar os médicos mais especializados em cada um dos ramos da medicina.

Aos sábados, as telenovelas exibidas na grade de da programação do Canal 5 são as seguintes:

- *Alegrijes y rebujos* (9h): é uma telenovela infantil mexicana que conta a história de Sofía Domínguez, uma menina órfã de mãe que mora com o seu pai Antonio Domínguez e com a esposa dele. Sofía tem vários amigos (vizinhos) e um dia decidem entrar na "casa mal-assombrada". Ao entrarem na casa, vivem aventuras e lutam para derrotar as forças do mal de Helga (a bruxa da casa) que constantemente ameaça a vida de Sofía devido a uma profecia que ela deve cumprir.

- *Soy Luna* (16h às 17h): é uma telenovela de coprodução argentina da *Pol-ka producciones* em colaboração com *Disney Channel Latinoamérica*. Esta produção é para jovens e mostra a história de Luna, uma estudante adolescente que leva uma vida tranquila e feliz e, nas horas vagas, gosta de andar de patins, enquanto ouve as músicas que seu melhor amigo Simón compõe para ela. Sua vida muda quando seus pais recebem uma oferta de trabalho muito importante na Argentina e se mudam para esse país. Assim, Luna tenta se adaptar a sua nova vida e fazer novos amigos na nova escola particular onde começa a estudar, encontrando-se num mundo de luxo muito diferente do seu cotidiano anterior. No entanto, ela descobre um

clube de patinação e não apenas testa sua habilidade com os patins, mas também seu talento para cantar no palco.

- *Sansón y Dalila* (18h): é telenovela brasileira religiosa, de inspiração bíblica, que apresenta a história de Sansão, um homem forte e valente que luta com inimigos de seu povo e animais selvagens. O príncipe de Gaza fica com raiva pelas vitórias de Sansão e utiliza a Dalila para tentar persuadir Sansão a descobrir o segredo da força dele.

Séries: O Canal 5 oferece para o público, séries e *sitcoms* de produção mexicana e americana. Esses conteúdos são transmitidos de segunda-feira a sexta-feira em os horários: 12h, 18h e 22h; aos sábados, às 8h, 12h, 13h, 14h e 18h. Aos domingos, apenas é transmitida uma série às 19h. Assim, as séries que foram exibidas durante nosso recorte são:

De segunda-feira a sexta-feira:

- *Como dice el dicho* (12h): série mexicana que apresenta ditados populares e, a partir deles, são apresentadas histórias de acontecimentos da vida real como violência familiar, crise econômica, crescimento pessoal.

- *La Rosa de Guadalupe* (18h e os sábados às 8h): produção mexicana que apresenta conflitos sociais que afetam os protagonistas (eles mudam de acordo com cada capítulo). Em algum ponto do conflito, uma pessoa próxima da pessoa afetada (familiar ou amigo) realiza uma oração diante de uma imagem da Virgem de Guadalupe para pedir sua ajuda e tentar resolver o problema e, nesse momento, uma rosa branca se materializa na casa do protagonista. A história termina quando o personagem principal se torna consciente dos seus erros e, como sinal de que a história chegou ao fim, uma corrente de ar flui em torno dela, a rosa branca desaparece e um dos personagens passa uma mensagem de reflexão para encerrar o episódio.

- *La Señora Acero* (22h): é uma narco-série mexicana distribuída pela *Telemundo*, dos Estados Unidos, que apresenta a vida da Sara Aguilar, uma mulher que tem tudo e que vive uma vida feliz, mas no dia em que ela decide se casar com seu marido, Vicente Acero, ele é assassinado por ordem de seu filho Salvador. A vida de Sara muda para sempre quando descobre que seu marido não era o homem em quem ela acreditava, então, ela começa a fugir dos inimigos de seu falecido marido.

As séries exibidas no nosso recorte, no sábado, são:

- *Man with plan* (12h): é uma série de comédia americana que narra a história de Adam, um homem casado que descobre que criar filhos é mais exigente e difícil do que ele jamais imaginou, quando sua esposa retorna ao trabalho.

- *Superstore* (12h30): produção americana de comédia que acompanha o dia a dia de empregados de uma grande loja.

- *Uma família de diez* (13h): esta produção é mexicana e que mostra de maneira engraçada situações da vida cotidiana que vivem dez membros de uma família.

- *Alma de ángel* (13h30): esta série de comédia mexicana conta a história de Ángel, um homem que fica triste após a morte da sua esposa, Alma. Ela não sabe que está morta e fica presa em sua casa até resolver seus problemas na terra. Nesta narrativa, o céu e o inferno vão disputar pela alma dela, enquanto ela tenta cuidar de sua família, sendo um fantasma que só consegue se comunicar com seus entes queridos através do corpo do melhor amigo de Angel.

- *Mi querida herencia* (14h): série mexicana que narra as aventuras de um casamento por conveniência, com o objetivo de receber uma herança. Para isso, devem viver juntos como casal por 5 anos.

- *Simón dice* (14h30): uma produção mexicana que acompanha a vida de um grupo de amigos que se encontram todas as quintas-feiras para jogar cartas para sentirem, pelo menos uma vez por semana, que têm controle sobre seus casamentos.

No dia Domingo, foi exibida:

- *MacGyver* (19h): série americana de ação-aventura que conta a história de um agente secreto de uma organização dos Estados Unidos que usa sua experiência e conhecimento para salvar vidas.

Filmes: No caso das produções cinematográficas, o Canal 5 oferece aos telespectadores filmes nacionais e estrangeiros transmitidos em três espaços na grade:

- *Cine click*: neste espaço o público tem a oportunidade de votar no site da TVC e escolher entre dois filmes, que será transmitido aos sábados às 21h30. Assim, o filme transmitido no nosso recorte foi *Bridget Jones 2 (no limite da razão)*, uma produção cinematográfica de comédia romântica, britânica, de 2004, dirigido por Beeban. Este filme trata da história de Bridget Jones, quem namora com Mark Darcy, mas os problemas pessoais e inseguranças de Bridget a levam a duvidar quando aparece Rebeca, uma companheira de trabalho de Mark. Assim, a protagonista do filme tenta manter a relação com seu namorado apesar dos obstáculos.

- *Cine de media noche*: são filmes de *Hollywood* de ação, terror, suspense, amor, aventura, comédia. Essas produções podem ser assistidas aos sábados às 23h. O filme exibido

no recorte foi *Click*, uma produção cinematográfica de comédia, protagonizada por Adam Sandler, na qual ele representa ao arquiteto Michael Newman, um homem que trabalha muito e que um dia descobre um controle remoto mágico que lhe permite avançar, pausar e reverter os momentos de sua própria vida para compartilhar mais tempo com sua família.

-*Noche de Gala*: neste espaço o Canal 5 oferece para o público, aos domingos, de 20h às 22h, produções cinematográficas dos Estados Unidos e do México (que depois de serem exibidos no cinema, o canal comprou os direitos para transmiti-los), além dos filmes nacionais no espaço *Noche de Gala cinco estrella*: “Ao longo dos 60 anos de televisão em Honduras, a Noite de Gala foi considerada um dos momentos mais representativo para assistir nas noites de domingo” (TELEVICENTRO, 2020, tradução nossa⁸⁰).

O filme exibido nosso recorte empírico foi *Cincuenta sombras más oscuras (Fifty Shades Darker)*, um filme de dramático, romântico, que conta a segunda parte da história entre Anastasia e o jovem empresário Christian Grey. Nesta produção cinematográfica, Anastasia decidiu se separar dele, mas o desejo por Christian ainda domina todos os pensamentos dela e, quando Christian finalmente se propõe a retomar sua aventura, Ana não consegue resistir iniciando novamente sua relação erótica e sensual.

3.4. Das categorias de análise: os eixos analíticos do recorte empírico

Baseados nos conceitos operadores os quais foram expostos e desenvolvidos nos capítulos teóricos e que nos dão suporte para interpretar e problematizar nosso recorte, organizamos as linhas de análise que surgem do entrecruzamento do objetivo desta pesquisa, que busca compreender como o fluxo televisivo do Canal 5 permite a construção de um perfil específico e singular para a emissora revelando sua forma cultural em Honduras.

A partir do processo da globalização, a transnacionalização dos produtos televisivos e da hibridação, abordados no primeiro capítulo, e as noções do fluxo televisivo como uma compreensão cultural problematizados no segundo capítulo, definimos as categorias de análise que permitiram o desenvolvimento de nossa análise da seguinte forma:

1. Cotidianidade da programação do Canal 5: nesta categoria procuramos compreender a maneira com que o Canal 5 organiza e constrói seu tempo televisivo, as rotinas que a emissora propõe para os telespectadores que assistem aos programas televisivos, a partir do que acontece

⁸⁰ No original: “A lo largo de los 60 años de la televisión en Honduras, Noche de Gala, ha sido considerado uno de los momentos más arraigados de ver los domingos por la noche” (TELEVICENTRO, 2020). Disponível em: <https://www.televicentro.com/lo-mejor-del-septimo-arte-esta-en-noche-de-gala>. Acesso em: 27 de Oct.2020.

no mundo social. Neste eixo, analisamos também como a publicidade comercial e institucional atuam no encadeamento da programação semanal, revelando as formas de vínculo com o período do dia, bem como procuramos perceber as lógicas do cotidiano que emerge do canal.

2. *Relação articulada com o público*: considerando que existe uma relação da televisão com o cotidiano, que permite a formação e construção de sentidos e realidades através dos conteúdos transmitidos (Williams, 2016), nesta categoria, pensamos na forma como o Canal 5 procura que os telespectadores sejam parte do mundo televisivo que constrói. Aqui, pensamos na construção de si como canal diante do público; quer dizer, a imagem que a emissora tenta projetar e transmitir sobre “quem ele é” a partir das publicidades institucionais, a fala dos apresentadores (programas diários) e o convite para participar no interior dos programas de TV. Em outras palavras, olhamos as estratégias de contato que a emissora utiliza para trazer ao público para “dentro” da TV, buscando criar um espaço de diálogo entre essa tevê e a audiência.

3. *Hibridização cultural - da mesclas dos sentidos e valores e da mistura das produções televisivas na grade*: Esta categoria está interessada em olhar o aspecto cultural da seleção da programação estrangeira e os valores compartilhados, através das produções de múltiplos países, pois elas apresentam realidades diferentes. Nesta categoria, tentamos compreender, a partir da observação das produções exibidas, as figuras temáticas, ou seja, a pluralidade discursiva que aparecem no fluxo televisivo, bem como, o compartilhamento de sentimentos e valores organizados através do canal para entender a transversalidade da televisão. Além disso, procuramos olhar, na articulação e na mistura das produções nacionais e importadas, a construção de um perfil como forma cultural da emissora, para interpretar como esses laços transnacionais e nacionais entre a programação permitem estabelecer identificações culturais entre hondurenhos e demais países latino-americanos.

4. ENTENDENDO O FLUXO TELEVISIVO DO CANAL 5: OLHANDO NO “LIDER” DE HONDURAS

Nos capítulos anteriores, abordamos os tópicos que nos ajudaram a construir a base teórica e conceitual do trabalho. Assim, compreendemos que a globalização é um processo que contribui para o desenvolvimento da mídia em geral. No caso da tevê, foi fortalecida a circulação e a transnacionalização dos programas televisivos como produtos culturais, possibilitando o crescimento de conglomerados empresariais de televisão na América Latina que produzem e exportam suas produções audiovisuais para outros países do mundo.

Essa dinâmica transnacional no contexto latino-americano tem como característica o entrecruzamento e as mesclas culturais entre as produções televisivas locais, nacionais e importadas, gerando o hibridismo cultural. Nesse cenário híbrido, emergem produtos simbólicos e culturais com uma natureza impura, permitindo criar formas, práticas e experiências socioculturais que reorganizam e reconstróem a sociedade.

Tendo em vista isso, a televisão, para além da sua materialidade, tem uma dimensão cultural ligada ao mundo social e ao cotidiano que está representada nos programas de TV que compõem a grade da programação. Sendo assim, a partir de seu fluxo televisivo, pode-se entender de que maneira a tevê opera como uma forma cultural e os sentidos e valores que constrói.

Nesse sentido, ao focalizarmos a televisão hondurenha, especificamente o Canal 5, refletimos sobre o seu fluxo televisivo como uma mistura cultural entre os conteúdos importados e nacionais, estabelecendo um diálogo entre a cultura de origem (do produto televisivo) com a cultura do país, além das rotinas da cotidianidade que a emissora constrói tomando como referência o mundo social, bem como as formas de reforçar-se perante o público que assiste à programação. É a partir disso que tentamos compreender a forma cultural da emissora hondurenha.

Deste modo, à luz das reflexões teórico-conceituais e o estudo metodológico do Canal 5 enquanto objeto de pesquisa, os conceitos discutidos anteriormente se tornaram operadores para o trabalho e nos ajudaram a definir nossos eixos nas seguintes categorias analíticas:

4.1. Categoria 1- Olhando na cotidianidade da programação do Canal 5

Nesta primeira categoria vamos analisar como o Canal 5 constrói suas rotinas e seu dia a dia no tempo televisivo que é oferecido na grade da programação. Nosso objetivo aqui é olhar para a ideia do cotidiano que emerge do canal. Em outras palavras, como essa TV organiza suas rotinas, o que é próprio de cada dia da semana e cada horário para perceber as tonalidades, as sutilezas e as temáticas instituídas pela emissora.

Conforme discutimos no Capítulo II deste trabalho, Duarte (2014) explica que a grade da programação de uma emissora de TV está construída em duas linhas temporais: horizontal e vertical, entendendo que a primeira mostra a sequência dos programas ao longo da semana. Enquanto a segunda, a vertical, exhibe as peças televisivas em horário definido, mantendo uma sequência coerente entre os programas, em diálogo com as rotinas diárias.

Deste modo, observamos que o Canal 5 cumpre com o princípio das grades de programação, pois no seu eixo horizontal, os horários de cada programa ao longo da semana são fixos, criando nos telespectadores o hábito de assisti-los semanalmente na mesma hora. Já na vertical vemos que a emissora coloca uma peça televisiva no horário que já está estabelecido, seguido de outro, mantendo a sequência lógica do programa e a faixa etária do público.

Para além disso, esse esquema é inferido pelo que acontece no mundo social, ou seja, a televisão constrói um mundo televisivo que é tensionado pela realidade social. Isso está fundamentado na ideia de Jost (2007) ao dizer que cada programa de TV está ligado com uma temporalidade exterior à televisão articulando três “mundos”: o real, o ficcional e o lúdico, viés que também é apoiado por Duarte (2007)⁸¹. Essa perspectiva, então, permite à tevê construir um tempo televisivo próprio, que é renovado e atualizado pelo contato com a realidade “exterior”, organizando suas próprias rotinas em diálogo com o social.

Quer dizer, então, que a televisão opera não só nos espaços internos, ou seja, nos espaços no qual a TV produz o que é veiculado, mas também atua nos espaços externos – aqueles que se alimentam do que acontece no mundo exterior tornando-se referencial para a construção das realidades na programação televisiva –, sendo essa a fonte na qual a tevê não apenas apresenta realidades, mas também as sustenta (DUARTE, 2007). Nesse sentido, olhar a grade e programação nos permite ter um entendimento sobre como nosso objeto de estudo age, de segunda-feira até o domingo, para compreender as rotinas de cada hora, cada dia e perceber como esse tempo televisivo é tensionando, o tempo todo, com o mundo social.

⁸¹ A autora diz que a TV constrói três realidades discursivas: a meta-realidade, a supra-realidade e a para-realidade, as quais têm relação com os mundos estabelecidos por Jost (2007).

Assim, ao trazer essa perspectiva para nossa análise, notamos que o Canal 5 constrói sua rotina a partir da grade da programação que está estruturada da seguinte forma: de segunda-feira até sexta-feira, a programação inicia, das 5h45 às 9h, exibindo programas informativos: *TN5 Matutino* (5h45 às 7h), *Frente a Frente* (7h às 9h), das 9h às 21h transmitem-se conteúdos de entretenimento: *Las Mañanas del Cinco* (9h às 12h), a série *Como dice el dicho* (12h às 13h), a telenovela *Chepe Fortuna* (13h às 14h), a telenovela *El Man es German* (14h às 15h), *Game show La llamada ganadora* (15h às 16h), *Dating show Doce Corazones* (16h às 17h), *Talk show Caso Cerrado* (17h às 18h), série *La Rosa de Guadalupe* (18h às 19h), telenovela *Soltero con hijas* (19h às 20h) e a telenovela *Médicos en Línea de vida* (20h às 21h). A partir das 21h às 23h, o horário nobre é preenchido com o programa informativo *TN5 Estelar* (21h às 22h) e com a série *La Señora acero* (23h às 24h) e, finalmente, das 23h às 5h45 do dia seguinte são transmitidas reprises da programação do dia: *Frente a Frente*, *Las Mañanas del Cinco*, *Como dice el dicho* e assim por diante, até iniciar o dia seguinte.

No caso da programação do fim de semana, existe uma variação nos horários em comparação aos horários de segunda até sexta-feira. Assim, a grade é preenchida com programas de entretenimento como: filmes, séries, telenovelas, esportes e competições, além da inclusão de os conteúdos informativos como os telejornais do sábado e domingo, de acordo a tabela seguinte:

Tabela 3-Grade da programação semanal do Canal 5

Horário	Segunda-feira 6 de janeiro 2020	Terça-feira 14 de janeiro 2020	Quarta-feira 22 de janeiro 2020	Quinta-feira 30 de janeiro 2020	Sexta-feira 7 de fevereiro 2020	Horário	Sábado 15 de fevereiro de 2020	Horário	Domingo 23 de fevereiro de 2020
5h-45-7h	Telejornal TN5 Matutino	6h-7h	Reprise filme: <i>Cantinflas</i>	6h-7h	Reprise filme: <i>Cantinflas</i>				
7h-9h	Programa de debates: <i>Frente a Frente</i>	7h-8h	Telejornal TN5 Matutino	7h-8h	Reprise filme: <i>Cantinflas</i>				
9h-12h	Revista televisiva: <i>Las Mañanas del 5</i>	8h-9h	Série: <i>La Rosa de Guadalupe</i>	8h-9h	Programa de esportes: <i>Cinco deportivo</i>				
12h-13h	Série: <i>Como dice el dicho</i>	9h-10h	Telenovela: <i>Alegrijes y rebujos</i>	9h-10h	Programa de esportes: <i>Cinco deportivo</i>				
13h-14h	Telenovela: <i>Chepe Fortuna</i>	10h-11h	Telenovela: <i>Alegrijes y rebujos</i>	10h-11h	Programa de esportes: <i>Cinco deportivo</i>				
14h-15h	Telenovela: <i>El Man es German</i>	11h-12h	Programa de culinária: <i>La Cocina de Keyla</i>	11h-12h	Programa de esportes: <i>Cinco deportivo</i>				
15h-16h	Game show: <i>La Llamada ganadora</i>	12h-12h30	Série: <i>Man with a plan.</i>	12h-13h	Game show: <i>X-0 da dinero</i>				
16h-17h	Dating show: <i>Doce Corazones</i>	12h30-13h	Série: <i>Super store</i>	13h-14h30	Game show: <i>X-0 da dinero</i>				
17h-18h	Talk show: <i>Caso Cerrado</i>	13h-13h30	Série: <i>Una Familia de diez</i>	14h30-15h	Game show: <i>Game time</i>				
18h-19h	Série: <i>La Rosa de Guadalupe</i>	13h30-14h	Série: <i>Alma de ángel</i>	15h-15h30	Game show: <i>Game time</i>				
19h-20h	Telenovela: <i>Soltero con Hijos</i>	14h-14h30	Série: <i>Mi querida herencia</i>	15h30-16h	“Pre-jogo”: partida de futebol da <i>Liga Nacional de Honduras Marathon vrs Olimpia</i>				
20h-21h	Telenovela: <i>Médicos en línea de vida</i>	14h30-15h	Série: <i>Simón dice</i>	16h-17h	Partida de futebol da <i>Liga Nacional de Honduras Marathon vrs Olimpia</i>				
21h-22h	Telejornal da noite TN5 Estelar	15h-16h	Game show: <i>La Llamada ganadora</i>	17h-18h	Partida de futebol da <i>Liga Nacional de Honduras Marathon vrs Olimpia</i>				
22h-23h	Série: <i>Señora Acero</i>	16h-18h	Telenovela: <i>Soy Luna</i>	18h-19h	Telejornal TN5 Dominical				
23h-24h	Repetição de programa de debates: <i>Frente a Frente</i>	Repetição de programa de debates: <i>Frente a Frente</i>	Repetição de programa de debates: <i>Frente a Frente</i>	Repetição de programa de debates: <i>Frente a Frente</i>	Repetição de programa de debates: <i>Frente a Frente</i>	18h-19h	Mini série: <i>Sansón y Dalila</i>	19h-20h	Série: <i>Macgyver</i>
						19h-21h30	Filme: <i>Cantinflas</i>	20h-22h	Filmes: <i>Noche de Gala</i>
						21h30-23h	Filmes: <i>Cine Click</i>	22h-23h	Talk show: <i>Banegas</i>
						23h-24h	Filmes: <i>Cine de medianoche</i>	23h-24h	Reprise de programação do dia

Fonte: elaboração própria

Tendo em vista a estruturação da grade da programação do Canal 5, como primeiro movimento desta categoria, percebemos o que é próprio de cada dia para compreender a maneira como o tempo televisivo da emissora está organizado. Nesse sentido, o quadro televisivo de segunda à sexta é semelhante e repetitivo nos horários e na estrutura formal dos formatos de TV de cada programa; no entanto, a manutenção ou atualização da informação que é apresentada nas peças televisivas ocorre todos os dias, em função do ambiente social⁸².

No caso do sábado e do domingo, o fluxo da grade é diferente porque os horários e os tipos de programas transmitidos no canal são distintos em comparação com os outros dias da semana. Deste modo, compreendemos que sua estrutura televisiva aciona uma outra maneira de atualização da informação que aparece nas peças de TV, conservando sempre a estruturação formal dos formatos. Essa variação está marcada pelo contexto social, pois no mundo da modernidade, o tempo produtivo⁸³ é de segunda à sexta, enquanto o tempo de descanso da sociedade é no final de semana, de modo que essa a organização do mundo televisivo do canal tem uma dimensão capitalista que é reforçada na programação do Canal 5. Assim, percebemos que de segunda a sexta oferecem-se telejornais, programa de debates, programas de entretenimento, séries, telenovelas, *talks shows* e *dating shows*. E, no fim de semana, apresentam-se programas esportivos, game shows, filmes e séries que apresentam uma tônica de relaxamento e diversão.

Esse desenho da grade nos lembra da reflexão de Fechine (2014), discutida no capítulo II, quando ela diz que a TV opera como um “relógio” social, já que distribui seus conteúdos simbólicos num fluxo contínuo e atual, acompanhando o decorrer do dia, estabelecendo uma permanência comum à televisão e ao mundo, na qual a programação televisiva atua como esse campo de interação dessas temporalidades. Assim, o Canal 5 mostra uma construção do tempo televisivo que está sempre tensionado pelo tempo do mundo social, repetindo-se na estrutura formal de seus formatos, mas atualizando a informação simbólica que é apresentada todos os dias, num movimento que recomeça a cada semana.

Focando internamente na grade da programação do Canal 5, procuramos olhar o que é próprio no período da manhã, tarde e noite ao longo da semana e no fim de semana, levando em conta as publicidades internas e institucionais que fazem parte de seu fluxo televisivo, as quais criam uma sequência organizada pelos sentidos da programação (WILLIAMS, 2006).

⁸² De acordo com Barbosa (2017) as narrativas midiáticas operam numa temporalidade criada, na qual a ordem e duração e frequência são constantes.

⁸³“O ritmo das narrativas midiáticas é dominado pela lógica aceleradora do tempo, marca singular do mundo contemporâneo. Aceleração visível na multiplicação simultânea dos usos dos artefatos digitais de comunicação, na ação de produzir uma programação em fatias de imagens aceleradas, na divisão do olhar entre telas concomitantes no nosso cotidiano como espectador” (BARBOSA.2017, p. 23).

Isso nos ajuda a interpretar as sutilezas de proposição de experiências dessa televisão que dialoga com o contexto social, considerando o tom das narrativas que mostram certos traços “estruturados estrategicamente, com vistas a captar a atenção do telespectador e convidá-lo a compartilhar de disposições como seriedade vs. ludicidade; formalidade vs. informalidade; leveza vs. peso, etc...” (DUARTE, 2007, p. 7).

Nesse sentido, de segunda feira a sexta feira, percebemos que das 5h45 às 9h se mostra uma tônica ligeira, ágil, mas com seriedade, formalidade, através do telejornal *TN5 Matutino* (5h45 às 7h), pois apresenta o resumo das notícias que aconteceram no período da noite e da madrugada nas principais cidades do país — Tegucigalpa, San Pedro Sula, La Ceiba —, assim, cada repórter dá a conhecer o que aconteceu durante esse período do tempo entendendo que, enquanto a população estava dormindo, o mundo social continuava seu curso.

Figura 13-Telejornal TN5 Matutino: resumem de notícias das principais cidades do país



Fonte: Printscreen da gravação (6/01/2020)

Observamos que o noticiário mostra imagens panorâmicas de como está o clima na capital de Honduras de acordo com a figura 3, enquanto o apresentador Ramón Matute diz: “así amanece la capital con frio y con una temperatura agradable, con una ligera llovizna, no solo en la capital sino también en el territorio hondureño” (TN5 MATUTINO, 6/01/2020)⁸⁴. Na sequência do programa, são apresentadas também as indicações climáticas no território hondurenho.

⁸⁴ “é assim que a capital amanhece fria e com uma temperatura agradável, com uma leve chuva não só na capital, mas também no território hondurenho” (TN5 MATUTINO, 6/01/2020, tradução nossa).

Figura 14-TN5 Matutino: imagem do clima da capital de Honduras



Fonte: Printscreen da gravação (6/01/2020)

Figura 15-TN5 Matutino: indicações do clima



Fonte: Printscreen da gravação (6/01/2020)

Notamos também que é próprio desta faixa horária debater a questões políticas e sociais que estão acontecendo no momento a partir de uma perspectiva analítica e reflexiva, através do programa de debates *Frente a Frente* (7h às 9h.). Aqui se mostra um tom de seriedade e formalidade com uma predominância de temas como: as ações contra os Estados Unidos no Irã são perigosas para a paz mundial⁸⁵ (segunda-feira 6/01/2020), fiscalização para furto de energia

⁸⁵ Os convidados foram: Romeo Vásquez Velásquez, ex-chefe das Forças Armadas de Honduras, Omar García, analista internacional e geopolítico, Luis Maldonado, ex-militar das Forças Armadas, Guillermo Perez, ex ministro de Relações exteriores.

elétrica e desestabilização do Empresa Nacional de Energia Elétrica⁸⁶ (terça-feira 14/01/2020), a não renovação do convênio da Misión de Apoyo Contra la Corrupción y la Impunidad en Honduras⁸⁷ (quarta- feira 22/01/2020), o trabalho que vem sendo realizado pelo Ministério público⁸⁸ (quinta-feira 30/01/2020) e o impacto da corrupção em Honduras⁸⁹ (sexta-feira 7/02/2020). Além disso, vemos que é particular ao horário a apresentação das indicações do trânsito, engarrafamento e acidentes de automotivos, bem como as rotas alternativas para que a população possa circular, evidenciando uma tônica em informações para as pessoas que vão sair de casa.

Figura 16-Frente a Frente: indicações do trânsito



Fonte: Printscreen da gravação (6/01/2020)

O fluxo dos programas no período da manhã é interrompido pelos anúncios internos que mostram a publicidade dos outros programas informativos do canal — o programa de discussões *Frente a Frente* e o telejornal *TN5 Estelar* — e também pelas publicidades externas que são exibidas de acordo com o horário e o público que assiste ao noticiário. Aqui observamos alguns comerciais sobre: o suco de babosa “*saviloe*”, publicidade dos cafés da manhã dos

⁸⁶ O programa se desenvolveu com o convidado: Ricardo Bogran, Gerente Geral da Empresa Nacional de Energia Elétrica e mediado pelo Jornalista e apresentador Renato Alvarez.

⁸⁷ Analisado pela perspectiva dos convidados: Julio Ramires, advogado de direito penal, Pedro Barquero, Director de Industrias, Raul Suazo, advogado de direito penal.

⁸⁸ Convidados: Carlos Hernandez, Diretor de ASJ, Jance Flores, Diretora das empresas privadas, Omar Rivera, Director de FONAC.

⁸⁹ Convidados: Mauricio Diaz, Diretor de FOSDEH e Julio Raudales, vice-reitor de relações internacionais da UNAH.

restaurantes de comida *Burger King* e *Dunkin Donuts*⁹⁰ e publicidade do supermercado *La Colonia* sobre produtos para a temporada escolar.

Figura 17-Publicidade de suco de babosa



Fonte: Printscreen da gravação (6/01/2020)

Assim, entendemos que o telejornal *TN5 Matutino* e o *Frente a Frente* mostram características de meta-realidade, pois o referencial dessa realidade discursiva é o mundo exterior, que utiliza como suporte os acontecimentos exteriores à televisão, nos quais a TV não tem o controle (DUARTE, 2007).

Seguindo o fluxo da programação do Canal 5, no período das 9h até o meio dia, é próprio abordar as principais notícias que aconteceram nesse período da manhã até as 12h, com uma tônica de seriedade, mas, ao mesmo tempo, familiaridade, leveza e diversão, através do programa de entretenimento *Las Mañanas del Cinco*, no qual se fala de dicas para uma boa alimentação, rotinas de treino em casa, indicações para cuidar das crianças, conselhos de receitas fáceis para preparar o café da manhã e ideias para fazer o almoço do dia. Neste horário, supõe-se que essa temporalidade e os tópicos desenvolvidos estão articulados com as atividades cotidianas das pessoas que ficam em casa no período da manhã. Nesse sentido, observamos que cada segmento do programa — a receita do dia, saúde, notícias de celebridades, jogos, notícias do mundo, dicas para o lar — é patrocinado por diversas companhias comerciais como: empresas de produtos de cozinha, supermercados, empresa de produtos farmacêuticos, entre outros. Uma mostra disso, é a seção *Mantente saludable*, do dia 22 janeiro de 2020, no espaço pago pelo produto farmacêutico *Vital flerte*. Nesta inserção publicitária se compartilharam informações sobre como melhorar o vínculo afetivo com os animais de estimação para alcançar benefícios na saúde mental das pessoas.

⁹⁰ Franquias que pertencem aos proprietários do *Canal 5* e de *Televiscentro*.

Figura 18— Las Mañanas del 5: segmento patrocinado



Fonte: Printscreen da gravação (22/01/2020)

Outro caso foi a receita do café da manhã realizado na terça-feira 14 de janeiro de 2020, patrocinada pela marca de utensílios de cozinha *Super Chef*, na qual a chef do programa preparou um pão com ovo fazendo uso dos materiais dessa empresa para cozinhar.

Figura 19— Las Mañanas del 5: receita do café da manhã Pão com ovo



Fonte: Printscreen da gravação (14/01/2020)

Além disso, notamos que, da mesma forma que o telejornal da manhã, o fluxo televisivo do programa *Las Mañanas del Cinco* é interrompido por intervalos publicitários ligados a aspectos do lar e focados para o público que fica em casa. Nesse sentido, percebemos que

aparece a imagem visual que mostra a mensagem: “Já regressamos”, na qual se indica o início dos intervalos comerciais, entendendo que essa é uma proposição para os telespectadores ficarem ligados ao programa, de modo que o Canal 5 procura dizer sutilmente que o programa ainda não finalizou. Nesse espaço de publicidade, observamos anúncios do sabão *Zixx*, do supermercado *La Colonia*, dos almoços que oferecem os restaurantes como: Little Caesars, Burger King, Pollo Campero⁹¹ e dos temperos de cozinha da marca *Maggi*, enfatizando, assim, essa temporalidade do cotidiano doméstico.

Figura 20— Intervalos de publicidade



Fonte: Printscreen da gravação (14/01/2020)

Figura 21— Publicidade do supermercado La Colonia



Fonte: Printscreen da gravação (14/01/2020)

⁹¹ Essas franquias de comidas pertencem aos proprietários do *Canal 5* e *Televiscentro*.

Compreendemos que essas publicidades são transmitidas estrategicamente, pois estão ligadas a uma temporalidade do cotidiano e tentam projetar um padrão de consumo. Isso nos lembra de Duarte (2004) quando explica que no planejamento lógico e cuidadoso no fluxo, os anúncios comerciais aparecem de acordo com os tipos de público, de produto, faixa horária e programa de televisão; por isso, vemos que existe uma coerência entre o fluxo televisivo do canal com os anúncios publicitários divulgados. Esses sentidos associados entre a publicidade e o cotidiano da audiência nos permitem entender que a televisão aciona uma forma de estimulação de compra, pois essas publicidades procuram falar das necessidades das pessoas que habitam no mundo social.

Quando olhamos o período da tarde das 12h às 19h, notamos que o foco central deste momento é a vida pessoal e as experiências cotidianas, as relações familiares e afetivas e o dia a dia — relacionadas à escola, trabalho, universidade, amigos. Esses aspectos são abordados na série mexicana *Como dice el Dicho* (12h às 13h), na qual aparece, todos os dias, uma história diferente relativa a um ditado popular, assim, quando o programa é exibido mostra-se o tema da narrativa e como esse tópico é aplicado a situações da vida real, por exemplo: violência familiar, crescimento pessoal, relacionamentos afetivos. No nosso recorte, notamos que nesta peça televisiva o tópico abordado foi o suicídio por causa do divórcio da protagonista, acionando o ditado: “quem muito ameaça, o medo tem em casa” (COMO DICE EL DICHO, 1h58'35, 22/01/2021, tradução nossa)⁹². Aqui identificamos um tom de dramaticidade, e de certa forma moralizante, ou seja, uma tentativa de dar um sentido moral à história.

Entre as 13h e 15h, são transmitidas duas telenovelas colombianas: *Chepe fortuna*⁹³ (13h) e *El Man es German*⁹⁴ (14h). Ambas mostram uma tônica de diversão e comédia em suas histórias e, embora as duas produções sejam ficcionais, esses relatos mostram um traço que está ligado a uma realidade social hondurenha que é representada de maneira cômica e sutil. Nesse sentido, a narrativa de *El Man es German*, apesar de ser contada com uma tônica de comédia e brincadeira, seu foco central é mostrar os desafios enfrentados pelas pessoas que imigram de seu país de origem, um tema bastante presente na sociedade hondurenha. Em *Chepe Fortuna*, o tema é como as diferenças sociais impedem o amor entre um pescador que sonha em ser prefeito de sua cidade e uma ecologista com muito dinheiro.

⁹² No original: “Quien amenza mucho, el miedo tiene en casa” (COMO DICE EL DICHO, 1h58'35,22/01/2021).

⁹³ Na telenovela *Chepe fortuna* conta-se a vida de José "Chepe" Fortuna, um jovem pescador e líder do bairro "El Tiburon" que procura ser prefeito para que seu povo não viva mais na pobreza.

⁹⁴ É uma narrativa que mostra as aventuras e desventuras de um homem sem profissão que viaja para os Estados Unidos em busca do sonho americano e que, após dessa viagem, procura retornar a seu país.

Observamos também que as publicidades que aparecem nesses horários são sobre restaurantes, loja de acessórios escolares e supermercados reforçando uma temporalidade ligada ao tempo do almoço e o tom de do programa que está no ar. Além disso, há os intervalos relacionados à divulgação dos próximos programas do dia (as telenovelas da tarde, o telejornal da noite, a telenovela do horário nobre) como o intuito de convidar os telespectadores a continuarem assistindo a programação do canal.

Figura 22– Publicidade de restaurante de comida



Fonte: Printscreen da gravação (14/01/2020)

Figura 23- Publicidade de loja de acessórios escolares



Fonte: Printscreen da gravação (14/01/2020)

O período da tarde é preenchido por programas como: *game show*, *dating show*, *talks show* e telenovelas. O *game show* *La llamada ganhadora* (15h às 16h) tem como característica central a interação com o público através de ligações telefônicas⁹⁵, nas quais o telespectador

⁹⁵ As ligações que o público realiza para participar do programa são cobradas por minuto na conta telefônica.

tenta resolver quebra-cabeças e desafios intelectuais que se apresentam na tela para obter o prêmio — dinheiro ou crédito para o celular. Assim, percebemos que esta peça televisiva mostra uma tônica de diversão e relaxamento, apelando para a noção de lúdico de Jost (2007), com uma proposição de interpretação e astúcia para resolver o jogo.

Figura 24—La llamada ganadora



Fonte: Printscreen da gravação (14/01/2020)

Seguindo no fluxo televisivo da programação do *Canal 5*, continuam os jogos e dinâmicas, mas com uma tônica de sensualidade, mistério, diversão e brincadeira com o *dating show Doce Corazones* (16h às 17h). O programa traz doze competidores divididos em dois grupos (geralmente quatro homens e oito mulheres, ou vice-versa) que através de vários jogos e desafios amorosos, tentam encontrar seu parceiro. Aqui, cada um dos participantes é identificado e referido pelo seu signo e, para formar os pares, o grupo recebe conselhos do astrólogo Edward'O, sobre seus respectivos signos do zodíaco e o que eles revelam sobre o amor.

Figura 25-Dating show Doce Corazones



Fonte: Printscreen da gravação (14/01/2020)

Nesse período da tarde, notamos que a programação volta a falar das situações da vida cotidiana com o *talk show* *Caso Cerrado* (17h às 18h). Este programa apresenta todos os dias diferentes casos de pessoas que procuram a “juíza”, performada no programa pela advogada familiar e apresentadora Ana Maria Polo⁹⁶, para resolver conflitos legais relacionados a aspectos familiares, amorosos ou trabalhistas. Aqui notamos que a maioria das pessoas que apresentam seu caso são imigrantes ou pessoas de nacionalidades diferentes que vivem nos Estados Unidos que, através do programa, procuram solucionar suas dificuldades a partir da consulta a uma advogada de família.

O que vemos na narrativa desta peça televisiva é que os problemas apresentados têm caráter social como a custódia de filhos, divórcio por infidelidade, entre outros, mas são dramatizados pelos participantes. O tom predominante é o drama e busca-se a resolução de conflitos de maneira pacífica e através da via legal. Esse traço nos diz que neste espaço, o objetivo é mostrar que existe um mundo em que as pessoas enfrentam situações cotidianas que podem ser resolvidas desde uma perspectiva jurídica.

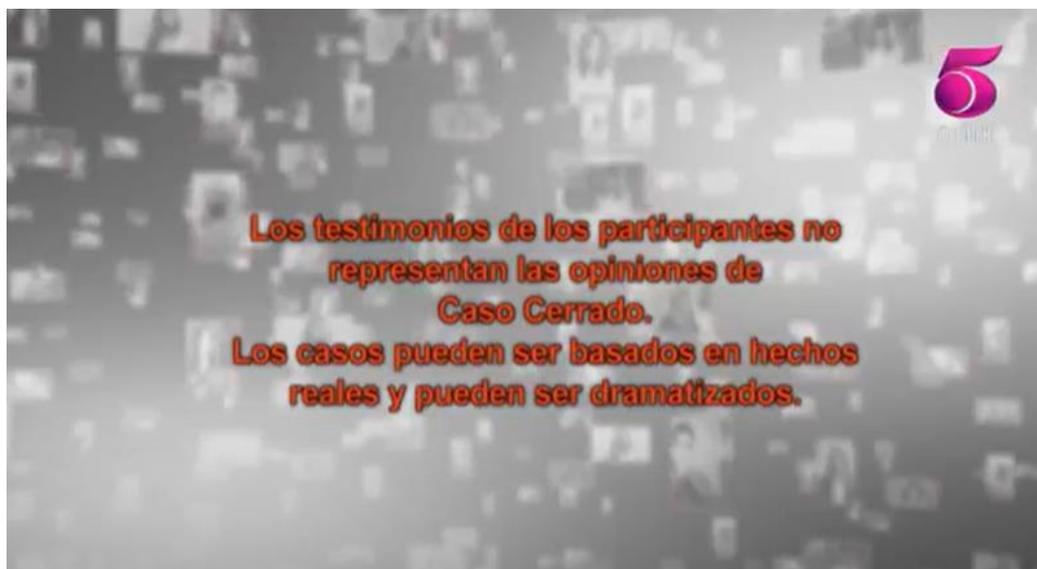
Além disso, notamos que o tom dramático é reforçado quando, ao finalizar a emissão, aparece a seguinte mensagem “Los testimonios de los participantes no representan la opinión de caso cerrado. Los casos pueden ser basados en hechos reales y pueden ser dramatizados” (CASO CERRADO, 2020, *Canal 5*)⁹⁷. Isso dá a entender então que, embora no final do programa seja esclarecido que as histórias são dramatizadas, as situações manifestadas no

⁹⁶ Advogada e Doutora em Direito familiar e apresentadora do Programa Caso Cerrado. Disponível em: https://es.wikipedia.org/wiki/Ana_Mar%C3%ADa_Polo. Acesso em: 3 de Agost. de 2021.

⁹⁷ “Os testemunhos dos participantes não representam a opinião de caso cerrado. Os casos podem ser baseados em eventos reais e podem ser dramatizados” (CASO CERRADO, 2020, *Canal 5*, tradução nossa).

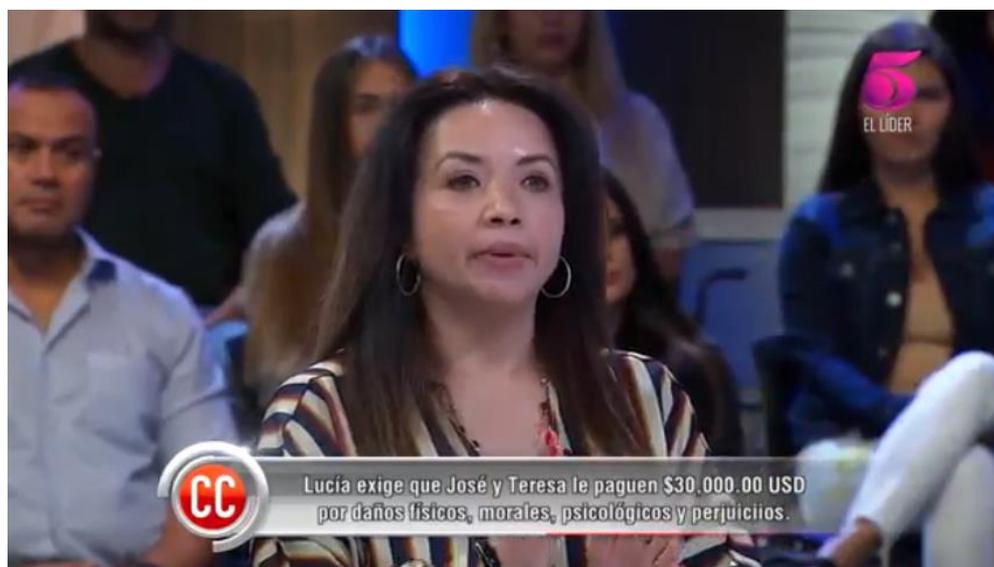
programa são inspiradas, em muitas ocasiões, na realidade que se vivem as pessoas nesses países, as quais não estão longe da realidade hondurenha, mesmo que sejam em contextos diferentes, pois o referente das histórias é o mundo social que está representado através do testemunho da vida comum das pessoas.

Figura 26–Talk show Caso Cerrado



Fonte: Printscreen da gravação (14/01/2020)

Figura 27–Talk show Caso Cerrado



Fonte: Printscreen da gravação (06/01/2020)

Figura 28-Talk show Caso Cerrado



Fonte: Printscreen da gravação (06/01/2020)

Assim, vemos que a narrativa desses conteúdos televisivos — o *dating show* e o *talk show* — nos lembra da para-realidade, uma característica audiovisual que, de acordo com Duarte (2007), é motivada e controlada pela própria televisão. Em outras palavras, a TV constrói um mundo artificial, interior à emissora, em que a tevê cria um real interno a ela, organizado como um jogo com regras que ela transpõe aos participantes, apresentadores e o público para transformá-los em atores discursivos do programa (DUARTE, 2007).

A programação da tarde finaliza falando novamente do mundo real em associação à ficção, através da série mexicana *La Rosa de Guadalupe Estelar* (18h às 19h). Neste espaço se apresentam todos os dias situações e conflitos sociais que afetam os protagonistas de cada história e cuja resolução envolve a fé nos milagres da Virgem de Guadalupe. Aqui, identificamos os casos de: decepção e vingança amorosa⁹⁸, a síndrome de Asperger⁹⁹, o suicídio¹⁰⁰, sexo na adolescência¹⁰¹ e a falta de interesse pelos estudos na juventude¹⁰². Assim, percebemos que é próprio desta faixa horária mostrar os problemas das pessoas como uma realidade que acontece no mundo social, mas que a maneira para se resolver os conflitos é buscar ajuda da virgem de Guadalupe, entendendo que a tônica do programa é de aprendizado, religiosidade e reflexão.

Isso indica uma proposição em que qualquer dificuldade pode ser resolvida desde uma perspectiva espiritual representada, neste caso, pelos milagres da Virgem de Guadalupe. Além

⁹⁸ Segunda-feira 6/01/2020

⁹⁹ Terça-feira 14/01/2020

¹⁰⁰ Quarta-feira 22/01/2020

¹⁰¹ Quinta-feira 30/01/2020

¹⁰² Sexta-feira 7/02/2020

disso, as publicidades no período da tarde estão associadas a anúncios do supermercado *La Colonia* e de restaurantes, bem como, os próximos programas a serem veiculados, percebendo esse estímulo do Canal 5 de convidar a seu público a continuar ligado à programação.

Figura 29-*La Rosa de Guadalupe*



Fonte: Printscreen da gravação (06/01/2020)

Figura 30-Anuncio dos seguintes programas



Fonte: Printscreen da gravação (06/01/2020)

Olhando a programação da noite no fluxo televisivo e entendendo que este é o bloco que exibe os programas mais importantes das emissoras, percebemos que neste período é o que mostra as tonalidades de cada programa televisivo de forma mais misturada. Nesse sentido, vemos que a grade é preenchida pelas telenovelas da noite *Soltero com hijas* (19h às 20h) e

Médicos en Línea de vida (20h às 21h), pelo telejornal da noite *TN5 Estelar* (21h às 22h) e pela a série do horário nobre *La Señora Acero* (22h às 23). Nesta faixa horária, observamos que é próprio falar da vida amorosa e de relacionamentos familiares, através da telenovela mexicana *Soltero con hijos*. Esta história de comédia retrata a experiência de homem solteiro, sem responsabilidades e mulherengo. Aqui percebemos um tom dramático e engraçado na narrativa que tenta dizer que os aspectos afetivos das pessoas podem ser olhados desde uma perspectiva divertida.

Quanto às publicidades, vemos que estão associadas ao período da tarde/noite, observamos anúncios de restaurantes, produtos farmacêuticos, bem como, as publicidades internas dos programas informativos do canal. Com isso, além de estimular o consumo desses produtos comerciais, a emissora sinaliza, com as propagandas dos telejornais, que embora uma narrativa ficcional de drama e comédia com um discurso que não está longe da realidade esteja sendo veiculada, existe um mundo social lá fora e que é através dos telejornais que o público pode conhecê-lo. Assim, compreendemos que existe uma articulação entre a telenovela que mostra uma narrativa ficcional/real e as publicidades comerciais, gerando uma hibridização do mundo televisivo organizado pelo Canal 5, produzindo uma experiência televisiva que está vinculada com o mundo social.

Figura 31-Publicidade de medicina



Fonte: Printscreen da gravação (06/01/2020)

A partir das 20h às 23h¹⁰³ notamos que a programação deixa de ser relaxada para ser mais pesada no tom da linguagem de cada programa, pelos temas e pelas imagens que tratam

¹⁰³ Das 24h até as 5h45 do dia seguinte se transmite as reprises dos programas que foram exibidos ao longo do dia.

de violência. Destacamos ainda que, no início dessa faixa horária, o Canal 5 apresenta um vídeo com desenhos infantis, que sugere que é hora de as crianças dormirem, mostrando a classificação indicativa da programação C. Isso significa que as peças televisivas que são veiculadas durante a noite são orientadas para o público adulto, entendendo que o assunto transmitido nesse período é marcado por um tom mais intenso, carregado de temas mais fortes como violência e mortes.

Figura 32-Anúncio para crianças



Fonte: Printscreen da gravação (06/01/2020)

Neste período da noite, percebemos um tom pesado nas falas dos atores da telenovela da noite (*Médicos en Línea de Vida*) e da série (*Señora Acero*). Quanto a isso, notamos que essa tonalização é sustentada nas narrativas dos protagonistas e nas imagens visuais da telenovela mexicana *Médicos en Línea de Vida*, transmitida de 20h às 21h, na qual há uma linguagem técnica específica da área da medicina e da saúde, pois a história retrata as experiências de relacionamentos e de trabalho de diferentes médicos num hospital.

Na sequência, das 21h às 22h, procura-se evidenciar aspectos que indicam uma ancoragem no “mundo real”, diferenciando-se dos programas anteriores associados ao ficcional, pela transmissão de programas noticiosos e informativos. Neste horário, temos a exibição do telejornal da noite *TN5 Estelar* com uma tônica tensa, seriedade, formalidade e profundidade nos temas que fazem parte da agenda noticiosa. Aqui, vemos que, para além das notícias nacionais que aconteceram durante o dia, aprofunda-se uma visão analítica-informativa, além de apresentar as indicações climáticas para o período da noite e para o dia

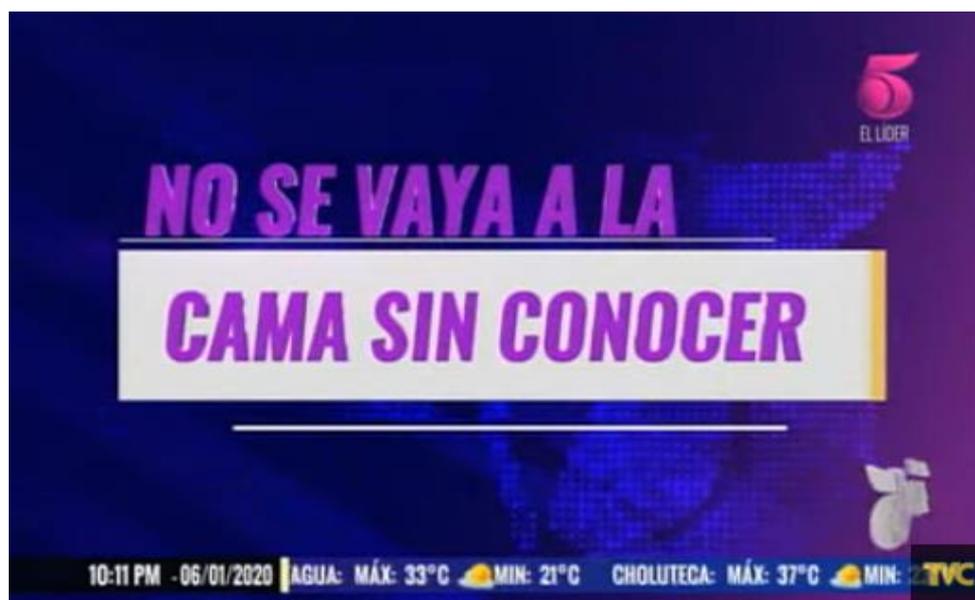
seguinte. Além disso, observamos que, no final do telejornal, o noticiário apresenta a “imagem do dia”, a “frase do dia” e o “acontecimento do dia através do segmento “no se vaya a la cama sin conocer”¹⁰⁴, entendendo que é uma forma mostrar uma síntese das notícias que marcaram a agenda informativa do dia.

Figura 33- TN5 Estelar: indicações do clima



Fonte: Printscreen da gravação (06/01/2020)

Figura 34- TN5 Estelar: No se vaya a la cama sin conocer



Fonte: Printscreen da gravação (06/01/2020)

¹⁰⁴ “Não vá para a cama sem saber” (TN5 ESTELAR,2020, tradução nossa).

Figura 35-TN5 Estelar: No se vaya a la cama sin conocer



Fonte: Printscreen da gravação (06/01/2020)

O horário nobre finaliza com a série americana *Señora Acero* (22h às 23h). A tônica pesada de linguagem e as imagens fortes continuam, pois, essa produção televisiva mostra uma narrativa sobre mortes, violência, narcotráfico, corrupção, sequestros. Há questões que aparecem nas imagens visuais e nos diálogos da série com expressões como: “lo que te hicieron los muchachos es un juego al lado de lo que yo te puedo hacer cabron” (SEÑORA ACERO, 35’39”, 22/01/2020), “yo le corte la cabeza a tu hijo y lo mismo voy hacer contigo” (SEÑORA ACERO, 39’40”, 22/01/2020).

Figura 36- Série La Señora Acero



Fonte: Printscreen da gravação (06/01/2020)

Uma outra questão que consideramos importante destacar é que a tonalidade de narrativas para o público adulto é reforçada através das publicidades comerciais que aparecem na tela. Assim, notamos que são divulgados produtos farmacêuticos para melhorar a atividade sexual, publicidades de programas informativos da emissora, além de restaurantes que falam de uma temporalidade ligada ao período de jantar.

Figura 37-Publicidade de medicina para atividade sexual



Fonte: Printscreen da gravação (06/01/2020)

Quando olhamos para os finais de semana, evidenciamos que a grade mostra uma tônica diferente na programação que é exibida em comparação com os outros dias da semana. Nesse

sentido, o Canal 5 procura manter seu público longe das situações e das coisas sérias da vida diária, privilegiando a transmissão de telenovelas, séries e filmes e jogos esportivos, com uma proposição de entretenimento, mas sem supressão total do informativo, pois no dia sábado apresenta o telejornal da manhã *TN5 Matutino* (7h às 8h) e o domingo pela noite o *TN5 Dominical* (18h às 19h).

Assim, no dia sábado a grade exibe das 6h às 7h reprises de filmes mexicanos do ator Mario Moreno conhecido no México como *Cantinflas*¹⁰⁵. Estas produções cinematográficas mostram um tom de humor, pois nos filmes ele atua como engraxate, pedreiro ou varredor de rua, mas também profissões como médico, advogado, policial, professor, representando dessa forma diversas ocupações e os obstáculos que acontecem no dia a dia das pessoas, com uma tônica de comédia e diversão e uma linguagem popular característica da personagem.

Na sequência do fluxo televisivo, o Canal 5 volta a trazer a realidade social para as telas com o telejornal *TN5 Matutino* (7h às 8h) mostrando sempre um tom de seriedade e a formalidade no seu discurso, pois de acordo com Duarte (2007) os programas que mostram uma meta-realidade têm como regra a veracidade e a fidelidade da informação e dos acontecimentos veiculados.

No período da manhã, o canal continua abordando a realidade social, mas desde uma perspectiva religiosa. Nesse sentido, observamos que ao finalizar o telejornal a emissora exibe novamente o programa mexicano *La Rosa de Guadalupe* (8h às 9h). Esta narrativa de drama ficcional trata das questões cotidianas da vida das pessoas — amor, família, trabalho, doenças — cujo desenlace é marcado pela presença "milagrosa" da Virgem de Guadalupe, como "solucionadora" dos problemas pessoais mostrando uma tônica de religiosidade, reflexão e espiritualidade.

A ficcionalidade e a fantasia fazem parte no período da manhã com a exibição da telenovela mexicana para crianças *Alegrijes y Rebujo* (9h às 11h). Nesta narrativa, conta-se a história de Sofia Domínguez, uma menina órfã de mãe que mora com o seu pai Antonio Domínguez e com a esposa dele. Sofia tem vários amigos (vizinhos) e, um dia, decidem entrar na "casa mal-assombrada". Ao entrarem na casa, vivem aventuras e lutam para derrotar as forças do mal de Helga (a bruxa da casa) que constantemente ameaça a vida de Sofia devido a uma profecia. Assim, notamos uma tônica mais divertida, de mistério e magia, entendendo que, o que se mostra aqui é uma supra-realidade (DUARTE, 2007), pois se trata de uma "realidade

¹⁰⁵ Mario Moreno é um ator de comédia mexicana que é conhecido no México como *Cantinflas*, este personagem está associado à identidade nacional da cinematografia do México. Disponível em: <http://www.bbc.co.uk/spanish/seriemilenio06.htm>. Acesso em: 9 de jul.2021.

veiculada pela televisão que não tem compromisso direto com o mundo exterior, mas com uma coerência interna do discurso que produz, constituindo-se naqueles produtos ficcionais – subgêneros novela, mini-série, seriado, telefilme” (DUARTE, 2007, p. 3).

O período da manhã finaliza com o bloco das 11h às 12h, quando o Canal 5 exhibe *La Cocina de Keyla*¹⁰⁶. Neste programa, apresentam-se receitas culinárias variadas, entendendo que para o canal esse é o horário ideal para começar a preparar o almoço do dia. Quanto às publicidades, notamos que, ao longo do período da manhã até o meio-dia, elas estão ligadas aos horários do café da manhã e do almoço, assim, apresentam-se comerciais de restaurantes dos proprietários do canal e de supermercados que reforçam essa temporalidade do mundo social. Além disso, a emissora exhibe as publicidades institucionais dos programas nacionais.

Figura 38- Supermercado Despensa familiar



Fonte: Printscreen da gravação (06/01/2020)

¹⁰⁶ A partir de outubro de 2020, o programa mudou de nome para ser chamado: *La Cocina del Cinco*, isto devido a que a Chef Keyla Martinez anunciou que estava grávida. Mas o foco do programa continua sendo o mesmo.

Figura 39-Restaurante de comida



Fonte: Printscreen da gravação (06/01/2020)

Quando olhamos na grade no período da tarde até a noite, a programação mantém a tônica do *lazer*, pois o que é veiculado são séries, filmes e telenovelas. Assim, das 12h às 12h30 se transmite a sitcom americana *Man with a plan* que narra a história de um homem casado, profissional da construção que, ao conviver mais com os filhos quando a esposa volta ao trabalho, percebe que criar filhos é mais exigente e difícil do que ele imaginou. O discurso apresentado mostra um tom de comédia e diversão com uma proposta de distrair um pouco seu público, mas não se desliga do mundo social, pois o protagonista vive uma situação que é comum no mundo social.

Nessa mesma sequência do fluxo, se exhibe a sitcom americana *Super store* (12h30 às 13h) que retrata de maneira cômica as vivências do trabalho e relacionamentos afetivos dentro de um grupo de pessoas que trabalham numa loja de armazenamento. Assim, percebemos que a tônica que marca o discurso é de experiências da cotidianidade do dia a dia no âmbito das compras, das vendas dos produtos nas lojas. Embora esta produção seja ficcional, sua narrativa mostra uma consonância com o mundo social, pois representa o que as pessoas vivem diariamente trabalhando nos supermercados ou lojas.

A partir das 13h até 15h a grade da programação do Canal 5 é preenchida por séries mexicanas que mostram diferentes histórias, mas o comum entre elas é a tônica de diversão. *Una familia de diez* (13h às 13h30) é uma sitcom mexicana focada na família López, uma família experimenta frequentemente situações engraçadas, porque moram num apartamento que não tem espaço suficiente para os seus membros. A tônica da narrativa é engraçada e cômica

na linguagem com uma proposição de que qualquer situação que aconteça na intimidade da família pode ser enfrentada de forma alegre e divertida.

A série *Alma de ángel* (13h30 às 14h), esta é uma história de comédia que retrata a vida de Angel, quem sofreu a morte repentina de sua esposa, Alma, com quem viveu por vinte anos. O céu e o inferno lutam por sua alma, assim, Alma tenta cuidar de sua família na forma de um fantasma. Mas ela só pode se comunicar com eles através do corpo de Paco, o melhor amigo de seu marido. Esta peça televisiva mostra uma tônica engraçada em sua linguagem, drama e ficção com uma disposição de fazer rir e divertir ao público.

A tônica de lazer continua no fluxo televisivo com a série mexicana *Mi querida herencia* (14h às 14h30), esta narrativa apresenta a história de Carlos, um homem apostador, que gosta de sair a festas e que vive do dinheiro que seu falecido pai lhe deixou quando ele morreu, com uma condição: ele tinha que se casar e se estabelecer. Do contrário, a herança que seu pai lhe deixou iria para seu primo Diego, uma pessoa que é capaz de fazer tudo por dinheiro. Nesta peça televisiva, notamos que seu tom é engraçado e com uma linguagem relaxada, mas com uma proposição de diversão.

Das 14h30 às 15h da tarde, se exhibe *Simón dice*, uma sitcom que conta a história de um grupo de amigos que se reúnem todas as quintas-feiras para jogar cartas e falar das suas experiências de conquistas amorosas e seus matrimônios. Aqui, percebemos uma tônica engraçada e drama no discurso com uma proposição de relaxamento e diversão, mas seu foco é retratar as vivências afetivas desde a perspectiva dos homens.

Assim, vemos que as produções televisivas que se exibem na grade da programação no bloco do meio-dia até as 15h da tarde são ficcionais, nas quais seu compromisso não está diretamente ligado com o mundo social apelando à supra-realidade, pois “seu propósito seria, em princípio, o de construção de uma realidade que não se submete à comparação com o real, mundo natural, embora deva obedecer a princípios da lógica interna que a institui” (DUARTE, 2007, p. 3).

O Canal 5 mantém a lógica do entretenimento e das 15h às 16h da tarde, volta a exhibir o programa de jogos mentais *La Llamada ganhadora*. Este programa mantém o tom de relaxamento de segunda à sexta feira, apresentando-se como um momento de diversão com a dinâmica de agilidade e inteligência mental para adivinhar o jogo e ganhar o prêmio, sempre refletindo seu caráter lúdico (JOST, 2007) e para-realidade (DUARTE, 2007), pois vemos que a televisão constrói uma realidade artificial que propõe argúcia e inteligência para resolver o desafio.

Durante o período da tarde, identificamos comerciais de restaurantes dos proprietários do Canal 5 e de *Televiscentro*, as publicidades internas do Canal 5 que mostram os trailers dos programas que serão veiculados ao longo da semana, como uma forma de lembrar ao público da programação que podem assistir de segunda-feira a sexta-feira.

No período das 16h às 18h, exibe-se a telenovela para jovens *Soy Luna*. Com uma tônica de alegria e diversão, esta produção procura contar as vivências de uma estudante adolescente que gosta de patinar nas horas vagas, cuja vida muda quando seus pais recebem uma oferta de trabalho e se mudam para a Argentina. Aqui, percebemos uma tônica no discurso de entretenimento e experiência de vida para os adolescentes.

Na sequência do fluxo televisivo, das 18h às 19h, o Canal 5 exibe a telenovela brasileira *Sansón y Dalila*, que apresenta um discurso bíblico e religioso. Aqui, notamos que a emissora tenta trazer essa tônica de religiosidade espiritual através desta história que está fundamentada na bíblia, entendendo que esta peça televisiva mostra uma característica de supra-realidade apelada por Duarte (2007). Neste espaço da grade percebemos anúncios de restaurantes associados ao jantar e publicidades dos programas informativos do canal.

A partir das 19h, tem-se o início do bloco dos filmes. Assim, a grade da programação do Canal 5 é preenchida por filmes mexicanos e de Hollywood. Das 19h às 21h30, se exibem filmes de Mario Moreno *Cantinflas*, os quais são veiculados às 6h da manhã no sábado e no dia domingo no mesmo horário como descrevemos mais acima. O espaço do *Cine click* (21h30 às 23h), exibiu o filme *Bridget Jones 2 The Edge of Reason*, uma narrativa britânica romântica que mostra uma tônica de humor feminino e experiência de vida através da história da Bridget da vida amorosa e pessoal da protagonista.

Das 23 às 24h é apresentado o espaço do *Cine de medianoche*, em que foi exibiu o filme americano *Click*. Esta produção cinematográfica conta a história de um homem que não tem tempo para estar com sua esposa e seus filhos, pois sempre está ocupado no seu trabalho de arquiteto. Um dia ele vai a uma loja um tanto estranha para comprar um controle universal para a televisão e quando chega em casa percebe que o aparato não só muda o canal, mas pode parar, acelerar e retroceder na vida real. Aqui, notamos uma tônica de drama e humor na narrativa, que no final propõe uma resolução com final feliz. Assim, notamos que no período da noite o Canal 5, continua focada no entretenimento para o público.

Quanto às publicidades, notamos que aparecem publicidades de restaurantes, de empresas de telefonia móvel e as publicidades institucionais do Canal 5 como uma forma da emissora reforçar sua institucionalidade perante os telespectadores.

Figura 40-TIGO empresa de telefonia móvel em Honduras



Fonte: Printscreen da gravação (06/01/2020)

Com tudo isso, entendemos que, ao longo do dia sábado, a lógica do *lazer* é visibilizada na exibição de séries, telenovelas e filmes. De acordo com Duarte (2007) este tipo de produções tem como característica televisiva a supra-realidade¹⁰⁷, no entanto, embora essas produções ficcionais apresentem essa particularidade no discurso televisivo há diálogo com o mundo social devido às histórias que são apresentadas. Assim, compreendemos que a dinâmica do entretenimento e relaxamento no sábado é dominante, embora haja também espaço pra programas informativos, ancorados na meta-realidade, como o telejornal *TN5 Matutino*. Além disso, as publicidades comerciais e internas mostram-se ligadas às temporalidades do mundo social.

Quando olhamos a grade da programação no domingo, vemos que novamente são veiculados os filmes mexicanos de Mario Moreno *Cantinflas* com a mesma tônica de humor e no mesmo horário (6h às 7h) que aos sábados. Das 7h às 12h, é o espaço para os esportes no Canal 5, pois nesse horário se transmite *Cinco Deportivo* um programa que aborda, principalmente, o que acontece no futebol hondurenho e mundial.

Aqui, discutem-se os jogos de futebol históricos e analisam-se as decisões das equipes de futebol. Percebemos um tom informativo e sério na linguagem e no discurso, pois se veiculam notícias no campo dos esportes, mas com preferência no futebol, bem como análises para entender os jogos de futebol que acontecem no país e no mundo. Nesta faixa horária, o Canal 5 faz referência a uma realidade que mostra uma relação direta com o mundo exterior.

¹⁰⁷ Segundo a autora esta realidade que é veiculada através desses programas ficcionais tem uma relação indireta ao mundo real.

Essa meta-realidade é uma característica dos gêneros televisivos que, segundo Duarte (2007) “têm por base acontecimentos exteriores ao meio sobre os quais a tevê não detém o controle. Seu propósito é, em princípio, o de apresentação desse mundo exterior” (DUARTE, 2007, p. 3).

Figura 41-Programa de esportes Cinco Deportivo



Fonte: Printscreen da gravação (06/01/2020)

Das 12h às 15h30, a grade é preenchida com dois programas de jogos: *X-0 da dinero* (12h às 14h30), um programa nacional, mas com formato transnacional, no qual o público presente no estúdio do programa participa dos jogos: são feitas perguntas culturais, sobre celebridades internacionais, quebra-cabeças, bem como, jogos mentais com objetivo de ganhar prêmios — em dinheiro ou produtos alimentícios, utensílios de cozinha, etc. — com uma tônica de diversão, mostrando o intuito de entreter os telespectadores que assistem o programa.

As publicidades no período da manhã até o meio-dia estão relacionadas com os restaurantes que mostram um sentido de uma temporalidade do mundo social — café da manhã e o almoço — e as publicidades institucionais do canal sobre seus programas nacionais que são exibidos ao longo da semana.

Na sequência do fluxo televisivo, o Canal 5 exhibe o programa mexicano *Game time* (14h30 às 15h30). Neste programa, a proposta é que duas pessoas do público sejam os capitães das duas equipes e cada grupo tem três celebridades como convidadas. O objetivo é competir em vários jogos e dinâmicas lutando para ganhar o prêmio final em dinheiro. A tônica desta faixa horária é de relaxamento e diversão, porém identificamos que aparecem publicidades institucionais dos telejornais do canal, tentando dizer que a emissora está em contato com esse mundo social que está fora do mundo televisivo.

No período das 15h30 às 18h, o Canal 5, exibiu na grade o pré-jogo e o jogo de futebol de duas equipes de futebol nacional: *Olimpia*¹⁰⁸ vs. *Marathon*¹⁰⁹. Neste bloco, notamos uma tônica de relaxamento e lazer, além disso, as publicidades veiculadas estão relacionadas com os restaurantes, supermercados e o suco de babosa *Saviloe*.

Figura 42-Publicidade Supermercado La Colonia



Fonte: Printscreen da gravação (22/01/2020)

Quando olhamos na grade no período da tarde-noite, vemos que o Canal 5 tenta trazer os eventos que aconteceram ao longo do fim de semana com o telejornal *TN5 Dominical* (18h às 19h). Aqui, a emissora procura apresentar as notícias mais importantes que ocorreram no sábado e no domingo, com uma tônica de seriedade, formalidade no discurso.

Em seguida, vemos que, das 19h às 20h, o canal volta com o tom do relaxamento exibindo a série americana *Macgyver*, uma narrativa que conta a história de um agente secreto que escapa de situações perigosas unicamente com um clipe de papel, seu confiável canivete suíço e sua inteligência. Percebemos um tom de ação e investigação que mostra no discurso televisivo a característica da supra-realidade dos produtos ficcionais.

Na faixa horária das 20h às 22h, a emissora continua colocando na grade produções que não tem referencialidade direta com o mundo real, com o espaço de cinema conhecido como *Noche de gala*. No período analisado, foi transmitido no domingo 23 de fevereiro de 2020 o filme *Cincuenta sombras, mas oscuras*, cuja tônica no discurso e nas imagens visuais são o erotismo e o masoquismo. Aqui, identificamos que a veiculação desse filme está ligada ao dia

¹⁰⁸ Equipe de futebol hondurenho.

¹⁰⁹ Equipe de futebol de Honduras.

14 de fevereiro, data na qual se comemora o dia dos Namorados em Honduras e nos Estados Unidos, de modo que essa foi uma maneira do canal se manter em consonância com o mundo exterior, reforçando uma festividade social através do filme.

Das 22h até 23h, o Canal 5 oferece o programa de entrevistas *Banegas*, com uma tônica formal, mas leve e tranquila. Na emissão analisada, o apresentador e cartunista Dario Banegas, convidou a advogada Reina Auxiliadora Rivera Joya¹¹⁰ para conhecer sua vida e seu trabalho, apresentando-a como uma pessoa que trabalha pelo cumprimento dos direitos humanos em Honduras. Enquanto o apresentador fazia a entrevista, ele desenhou uma charge ao vivo para a convidada. Neste programa são apresentadas algumas personalidades importantes do país através de uma perspectiva intimista. Para finalizar as transmissões de domingo, o Canal 5 coloca, das 24h às 5h45 da manhã, reprises dos programas do dia.

Figura 43- Programa Banegas



Fonte: Printscreen da gravação (23/02/2020)

Desta forma, notamos que a proposta do Canal 5 durante o fim de semana está baseada num tom de entretenimento, diversão e leveza nos discursos dos programas que exhibe na grade, mas não se separando, nem desligando-se totalmente, dos eventos que acontecem no país e no mundo, pois veicula também seus programas informativos. Assim, percebemos que existe uma diferença nas tônicas e proposições da emissora no sábado e domingo em relação à programação que se transmite de segunda à sexta-feira.

Esse mapeamento televisivo do Canal 5 nos permite compreender essa transversalidade da televisão que mostra, a partir das tônicas, diálogos e proposições dos programas da grade no

¹¹⁰ É representante da sociedade civil, foi Fiscal de Direitos Humanos do Ministério Público e foi coordenadora do observatório da violência do Instituto Universitário para a Democracia, Paz e Segurança (IUDPAZ) em Honduras.

fluxo televisivo que, o que é veiculado em cada horário, dia e ao longo da semana está em diálogo com a vida social. Nesse sentido, Barbosa (2007), explica que as mídias retratam a forma com que o tempo é percebido e construído, pois “num duplo movimento referendam a lógica aceleradora e a incluem como marca fundamental de sua narrativa refletindo um mundo em movimento contínuo e intermitente” (BARBOSA, p.23, 2007).

Entendemos, então, que a televisão opera considerando as dinâmicas do cotidiano das pessoas, ou seja, trazendo o mundo social no qual se desenvolve a sociedade para dentro das telas e construindo um mundo televisivo para o público. Isso quer dizer que, a tevê fala e organiza seu mundo, tendo em conta a cotidianidade dos telespectadores (FRANÇA, 2009), estabelecendo sua própria rotina em consonância com dia a dia externo à grade da programação.

4.2. Categoria 2- Da relação articulada entre o Canal 5 o público

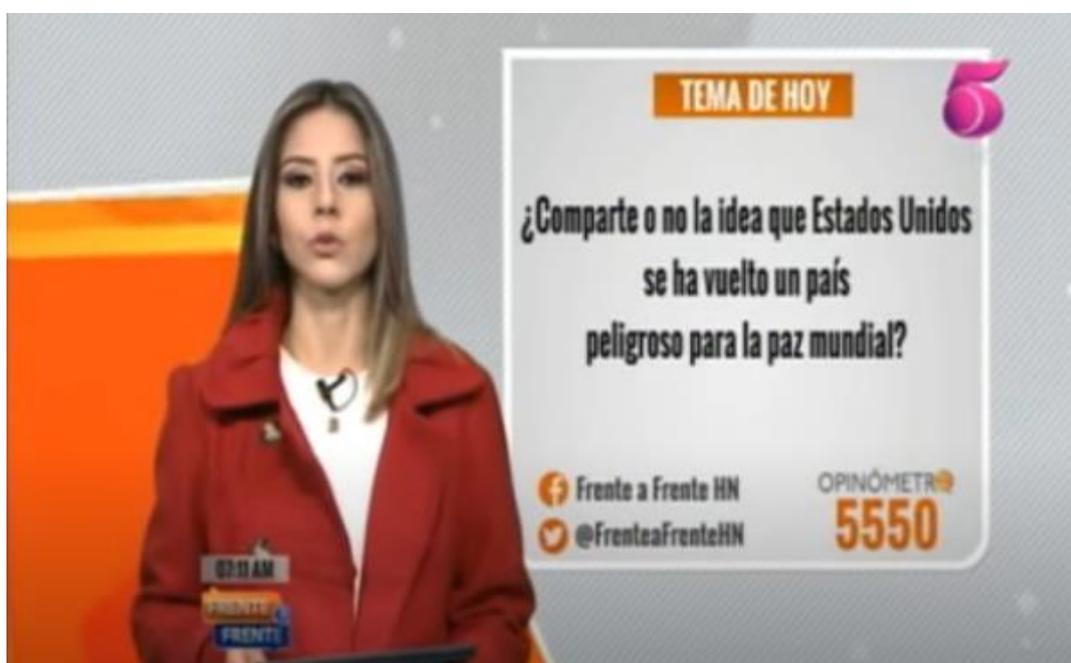
No segundo capítulo deste trabalho, discutimos que a grade da programação é o espaço de construção de discursos, pois a partir dela emergem os significados e sentidos transmitidos pela televisão. Nesse sentido, através da oferta televisiva, podem-se identificar diferentes vozes como: a empresarial, a comercial e a interação com os telespectadores dentro dos mesmos produtos televisivos. Esse diálogo entre o canal e seu público a partir das diferentes formas de contato nos programas televisivos é o que nos interessa neste momento.

De acordo com Duarte (2004), a auto-referencialidade é uma forma a partir da qual a televisão mostra conteúdos referentes à história do meio televisivo, do processo comunicativo que é instaurado pela própria TV, bem como, as tecnologias e as formas de produção dos programas televisivos. Sendo assim, para esta categoria, nosso foco é entender como o Canal 5 convida os telespectadores a habitar o mundo televisivo construído pela própria emissora, tomando como referência o mundo social. Além disso, procuramos interpretar a imagem que o canal tenta projetar de “si mesmo”. Esses aspectos nos ajudam a compreender como essa TV se constitui como organizadora do tempo e reafirma seu lugar como a instância que organiza uma temporalidade do ambiente material articulada com a experiência cultural televisiva.

Para olhar isso, analisamos as estratégias de contato a partir da sua aproximação com o público; ou seja, as maneiras de participação da audiência no interior dos conteúdos televisivos, o que nos permite entender a forma como o Canal 5 procura estreitar o laço com seus telespectadores. Além disso, tentamos compreender os métodos de auto referencialidade para “falar de si” perante os telespectadores através da fala dos apresentadores nos programas exibidos na grade e as publicidades institucionais do Canal 5, como modo de afirmar sua relevância, seu valor como instituição diante do interlocutor e garantir a confiança.

Assim, quando olhamos no interior dos programas televisivo do Canal 5, percebemos que a emissora utiliza como estratégia de contato as chamadas diretas para trazer o público para dentro da TV, ou seja, como ela traz a participação do público para o interior dos programas televisivos. Essa é uma estratégia que visa fazer com que as pessoas sejam parte do mundo televisivo organizado pelo próprio canal. Nesse sentido, notamos que o programa informativo *Frente a Frente* dá aos telespectadores a oportunidade de enviar seus comentários e opiniões sobre o tema analisado pelos especialistas através das redes sociais do programa, conforme a imagem a seguir:

Figura 44-Programa Frente a Frente



Fonte: Printscreen da gravação (06/01/2020)

Também os programas de jogos *La llamada ganadora* (transmitido de segunda à sexta feira das 15h às 16h) e *X-O da dinero* (aos domingos, de 12h às 14h30), ambos *game shows* nacionais, oferecem ao público a possibilidade de participar dos jogos e ganhar prêmios.

Figura 45-Programa La Llamada Ganadora do dia 6 de janeiro de 2020



Fonte: Printscreen da gravação (06/01/2020)

Figura 46-Programa X-O Da Dinero do dia 23 de janeiro de 2020



Fonte: Printscreen da gravação (23/01/2020)

Outro caso que notamos e que reforça essa estratégia de contato é o programa *Las Mañanas del Cinco*, já que nos diversos blocos desta produção televisiva há sempre a

participação dos telespectadores para que expressem suas opiniões e comentários sobre os diferentes temas abordados através das redes sociais.

Um exemplo disso ocorre durante a receita do dia, na qual o público tem a possibilidade de fazer uma ligação para o canal para conversar e expor dúvidas sobre questões de cozinha com a chef, ao mesmo tempo em que ela prepara a receita do dia.

Isso aconteceu na terça-feira, dia 14 de janeiro de 2020, no segmento da receita do dia quando uma pessoa do público da cidade de San Pedro Sula ligou para o canal e conversou ao vivo com Keyla Martínez (chef do programa) e Loren Mercadal (apresentadora) enquanto cozinhavam a receita de carne assada:

Loren Mercadal (apresentadora): tenemos llamada Keyla, Greyci buenos días...
Greyci (telespectadora): hola, Keyla y Loren. ¿Cómo están?
Loren Mercadal (apresentadora): ¿Cómo está? ¿qué tal?, ¿le gusta la receta de hoy?
Greyci (telespectadora): Muy bien, aquí saludándolas
Loren Mercadal (apresentadora): ¿le gusta la receta de hoy?
Greyci (telespectadora): me encanta lo que están preparando es mi comida favorita
Keyla Martínez (chef): mire aquí estoy yo entretenida, Greyci con este ajo porque ya se me acabo el bote de ajo, entonces tengo que hacer otro bote, ¿usted ha preparado ya un botecito de ajo del que nuestro aquí siempre en el programa?
Greyci (telespectadora): pues no, pero sí tengo la curiosidad de hacerlo
Keyla Martínez (chef): hágalo
Greyci (telespectadora): bueno la verdad que Keyla, son fan número uno de todas sus recetas, siempre estoy pendiente de guardarlas, es más estoy en práctica de hacer un álbum solo suyo
Keyla Martínez (chef): de verdad, me lo manda el recetario y así lo mando a encuadernar
Loren Mercadal (apresentadora): mire yo así le digo a Keyla también que yo necesito un recetario porque yo necesito todas las recetas de Keyla... ¿con que se come usted la carne asada?, ¿cuál es su ingrediente que no puede faltar?
Greyci (telespectadora): bueno el ingrediente que a mí no me puede faltar son los frijolitos
Keyla Martínez (chef): que rico
Greyci (telespectadora): quería preguntarle favorece hacer la carne asada con el cerdo porque es más blandita
Keyla Martínez (chef): sí, fíjese que es más blandita y por ahí mucha gente se hace la pregunta que si podemos incluir la carne de cerdo, aunque estemos en sistema de dieta, la carne de cerdo es magra y se recomienda para el consumo de los deportistas, entonces, le recomiendo el consumo de la carne de cerdo por ser más blandita...
Keyla Martínez (chef): ... le mandamos un besote a usted Greyci
Loren Mercadal (apresentadora): besos, abrazos
(LAS MAÑANAS DEL CINCO, 2h14'31", 14/01/2020)¹¹¹.

¹¹¹ Em tradução livre: **Loren Mercadal (apresentadora):** Temos uma ligação Keyla, Greyci, bom dia ...

Greyci (visualizador): Olá, Keyla e Loren. Tudo bem?

Loren Mercadal (apresentadora): Como vai você? Como vai você, gostou da receita de hoje?

Greyci (telespectadora): estou bem, aqui conversando com vocês

Loren Mercadal (apresentadora): Gostou da receita de hoje?

Greyci (telespectadora): Eu amo o que estão preparando, é minha comida favorita

Keyla Martínez (chef): olha, aqui estou me divertindo Greyci com esse alho porque já terminei o pote de alho, então tenho que fazer outro pote, já preparou o pote de alho de aquele que eu sempre mostro aqui no programa?

Greyci (telespectadora): não, mas estou curiosa para fazê-lo

Keyla Martínez (chef): faça isso

Greyci (telespectadora): Bem, a verdade é que Keyla, é sou uma fã número um de todas as suas receitas, estou sempre procurando salvá-las, além do mais, estou praticando fazer um álbum só delas

Figura 47-Las Mañanas del Cinco 14 de janeiro de 2020



Fonte: Printscreen da gravação (14/01/2020)

Além disso, notamos que uma outra forma de trazer ao público para dentro do mundo televisivo é quando o Canal 5 tenta recompensar a lealdade de seu público com a criação de competições relacionadas a datas festivas no país, para que os telespectadores ganhem prêmios. Quanto a isso, observamos que na terça-feira, dia 30 de janeiro de 2020, os apresentadores de *Las Mañanas del Cinco* convidaram aos telespectadores para participar do concurso “dibujando a la virgen”, que permitiu que as crianças fizessem um desenho da Virgem de Suyapa, em comemoração do seu aniversário, e enviasse às redes sociais do programa para selecionar os

Keyla Martínez (chef): sério? manda para mim o livro de receitas e eu mando para encadernar

Loren Mercadal (apresentadora): Olha, é assim que digo a Keyla que também preciso de um livro de receitas porque preciso de todas as receitas de Keyla ... com que você come a carne assada? Qual é o seu ingrediente que você não pode perder?

Greysi (telespectadora): bem, o ingrediente que não posso perder é o feijão

Keyla Martínez (chef): que delícia

Greysi (telespectadora): Eu queria perguntar a você, o que você acha de fazer carne assada com porco porque é mais macia?

Keyla Martínez (chef): sim, note que é mais macia e aí muita gente se pergunta que se pudermos incluir carne de porco, mesmo se fizemos dieta, a carne de porco é magra e recomendada para consumo de atletas, então, eu recomendo o consumo de carne de porco porque é mais macia ...

Keyla Martínez (chef): ... nós lhe mandamos um beijo, Greysi

Loren Mercadal (apresentadora): beijos, abraços (LAS MAÑANAS DEL CINCO, 2h14'31",14/01/2020, tradução nossa).

vencedores desta atividade, bem como o convite para participar da competição do altar para a virgem.

Loren Mercadal (presentadora): estos algunos de los que hemos recibido, recuerden que en la colonia atara los pueden enviar, a través de WhatsApp y a través de nuestro Facebook, póngase pilas porque durante todo el fin de semana pueden estar participando...

Loren Mercadal (presentadora): ...quiero recordarles la dinámica, mejor dicho, los pasos a seguir para el altar a nuestra morenita, si usted todavía no ha participado pues tiene tiempo, pero ojo tiene que seguir estas instrucciones.

Erik Chavarria (apresentador): ahí las vamos a ver a continuación para que participen y ganen celebrándole un cumpleaños más a la nuestra virgen de Suyapa. (LAS MAÑANAS DEL CINCO, 2h10'12",30/01/2020)¹¹².

Figura 48-Las Mañanas del Cinco 30 de janeiro de 2020



Fonte: Printscreen da gravação (30/01/2020)

¹¹²Em tradução livre: **Loren Mercadal (apresentadora):** esses são alguns dos que recebemos, lembre-se que você pode trazer no bairro da Atara, através do WhatsApp e pelo nosso Facebook, prepare-se porque durante todo o final de semana você pode estar participando ...

Loren Mercadal (apresentadora): ... quero relembrar da dinâmica, antes, dos passos a seguir para o altar da nomorena, se você ainda não participou porque tem tempo, mas cuidado, tem que seguir estas instruções.

Erik Chavarria (apresentador): lá vamos vê-los abaixo para que participem e ganhem celebrando mais um aniversário da nossa virgem de Suyapa. (LAS MAÑANAS DEL CINCO, 2h10'12 ", 30/01/2020, tradução nossa).

Figura 49-Las Mañanas del Cinco 30 de janeiro de 2020



Fonte: Printscreen da gravação (30/01/2020)

Quanto às estratégias de auto referencialidade o Canal 5, ou seja, as maneiras na quais a emissora tenta mencionar de si própria identificamos duas formas. A primeira é sua autopromoção através da fala dos apresentadores, ao mesmo tempo em que convidam o público para assistir a programação do canal. Aqui, notamos que, quando uma das peças televisivas está a poucos minutos de finalizar, os apresentadores convidam ao público a continuar assistindo à programação subsequente do canal.

Isso ocorreu quando, minutos antes de concluir *Frente a Frente*, na quarta-feira, 22 de janeiro de 2020, o jornalista Renato Alvarez, convidou o público a assistir ao programa seguinte, expressando: “a continuación *Las Mañanas del Cinco* en la pantalla líder de Honduras” (FRENTE A FRENTE, 2h59’59”, 2/ 01/ 2020)¹¹³. Destacamos que essa é uma maneira pela qual o canal tentar reforçar e enfatizar para seu público o lugar construído para a emissora como “líder” da televisão em Honduras. Além disso, essa expressão do “líder” dialoga com seu slogan atual, procurando reafirmar e lembrar aos telespectadores que ele foi o primeiro canal de televisão criado no país.

¹¹³ “agora, *Las Mañanas del Cinco* na tela líder de Honduras” (FRENTE A FRENTE, 2h59’59”, 2/ 01/ 2020, tradução nossa).

Outro caso aconteceu no programa *Las Mañanas del Cinco*, na terça-feira, 14 de janeiro de 2020, quando o apresentador Ricardo Chinchilla deu as boas-vindas ao público “feliz de que nos estén acompañando, feliz de estar em familia nuevamente con todos los mañaneros en las mañanas mas alegres de la televisión nacional” (LAS MAÑANAS DEL CINCO, 1’28”, 14/01/2020). Aqui, percebemos a tentativa de ressaltar que este seria o programa mais alegre de Honduras, assim, notamos que o tom superlativo dos apresentadores é uma forma de reforçar a imagem institucional para destacar uma supremacia do canal.

Além disso, interpretamos que através da expressão dos apresentadores, a emissora procura dar ênfase à noção de seu contato familiar com um duplo sentido: tentando dizer que o Canal 5 está junto das famílias hondurenhas e, ao mesmo tempo, sinalizando que o telespectador e os apresentadores formam uma família.

A segunda estratégia de auto referencialidade que identificamos no fluxo da grade se dá a partir das publicidades internas. Para Duarte (2004), a autopromoção é uma tática para convocar o telespectador e reforçar a imagem da própria emissora diante do público. Assim, essa estratégia de contato nos ajuda a pensar na construção própria imagem do Canal 5 a partir de seus anúncios internos.

Nesse sentido, observamos que a emissora procura colocar-se como a líder na transmissão das notícias em Honduras. Isso é reforçado e visibilizado através dos anúncios institucionais dos telejornais *TN5 Matutino* e *TN5 Estelar* e do programa de debate *Frente a Frente*. Evidenciamos ainda que, na sequência do fluxo da programação, aparece a publicidade do noticiário da noite *TN5 Estelar* com imagens visuais de acontecimentos do país, dos apresentadores, os jornalistas e os horários das outras emissões informativas acompanhado de uma voz em *off* com a seguinte mensagem.

En el 2019 estuvimos presentes em cada momento, capturamos cada detalle, descartamos la información errónea, no nos entretuvimos con el ruido fuimos siempre tras la verdad, basados en un valor muy fuerte, el respeto por la diversidad. TN5 en el 2020 siempre va más allá de la noticia (TN5 ESTELAR, 2020)¹¹⁴.

¹¹⁴ “No 2019 estivemos presentes a cada momento, captamos cada detalhe, descartamos informações errôneas, não nos distraímos com o barulho, estivemos sempre atrás da verdade, com base em um valor muito forte, o respeito à diversidade. A TN5 em 2020 sempre vai além das notícias” (TN5 ESTELAR, 2020, tradução nossa).

Figura 50-Publicidade do telejornal TN5 Estelar



Fonte: Printscreen da gravação (14/01/2020)

Figura 51-Publicidade TN5 Estelar



Fonte: Printscreen da gravação (14/01/2020)

No caso da publicidade de *Frente a Frente*, apresentam-se imagens visuais do programa e com uma voz em *off* dizendo: “en el 2020 seguiré más cerca de usted, le vamos a contar lo que pasa, lo que le interesa saber. *Frente a Frente*, una puerta abierta a la opinión pública”

(FRENTE A FRENTE, 2020)¹¹⁵. Aqui, percebemos que o Canal 5, para além de lembrar aos telespectadores que este programa é o espaço para conhecer o que “o hondurenho” quer saber sobre o que acontece no país (mais precisamente, sobre o que “interessa” ao público), tenta transmitir uma certa intencionalidade da emissora em marcar o programa nesse lugar primordial para se analisar e opinar sobre Honduras e o mundo.

Assim, vemos que o Canal 5 procura projetar e reafirmar sua imagem de destaque na televisão hondurenha através da publicidade interna de seus programas informativos com a finalidade de chamar o público para acompanhar e ser parte do tempo televisivo que ele constrói para seus telespectadores.

Figura 52-Publicidade programa Frente a Frente



Fonte: Printscreen da gravação (14/01/2020)

Uma outra questão que notamos é que, quando finaliza cada conteúdo, o fluxo televisivo não é interrompido, pois se insere na tela apenas uma vinheta com o logo do canal, que mostra o número cinco e seu slogan “El Líder”, entendendo isso como um reforço da imagem institucional, seguido pela vinheta da classificação indicativa sobre o tipo de programa a ser veiculado (A, B, C)¹¹⁶ iniciando assim o programa de forma imediata. Nesse sentido, o que

¹¹⁵ “No 2020 vou continuar mais perto de você, vamos contar o que está acontecendo, o que você tem interesse em saber. Cara a cara, uma porta aberta para a opinião pública” (FRENTE A FRENTE, 2020, tradução nossa).

¹¹⁶ A classificação “A” indica que os programas são para todos os públicos e sem quaisquer restrições, a “B” que os programas podem assistidos pelos adolescentes, mas com supervisão de um adulto e finalmente a “C”, se refere-se a que a programação é para adultos. Disponível em:

percebemos aqui é que as publicidades externas não aparecem, pois são exibidas como intervalos dentro dos programas televisuais. Quanto a isso, compreendemos que a emissora tenta dizer, de forma sutil, aos telespectadores que fiquem ligados e continuem assistindo à programação.

Esta dinâmica que identificamos aqui, nos lembra de Williams (2006), pois para o autor a publicidade é uma interrupção do fluxo, no qual se articula um programa televisivo intercalado com um anúncio comercial. No entanto, no caso do Canal 5, vemos que a emissora inova essa concepção, já que coloca uma peça televisiva ligada estreitamente com a seguinte, fazendo com que o fluxo seja reforçado a fim de tentar capturar o público, e mantê-lo conectado à próxima emissão. Dessa forma, entendemos que essa é uma estratégia audiovisual de convocação que mostra como a materialidade do discurso televisivo provoca — audiovisualmente — um chamamento à continuidade da audiência.

Figura 53-Logo do Canal 5



Fonte: Printscreen da gravação (14/01/2020)

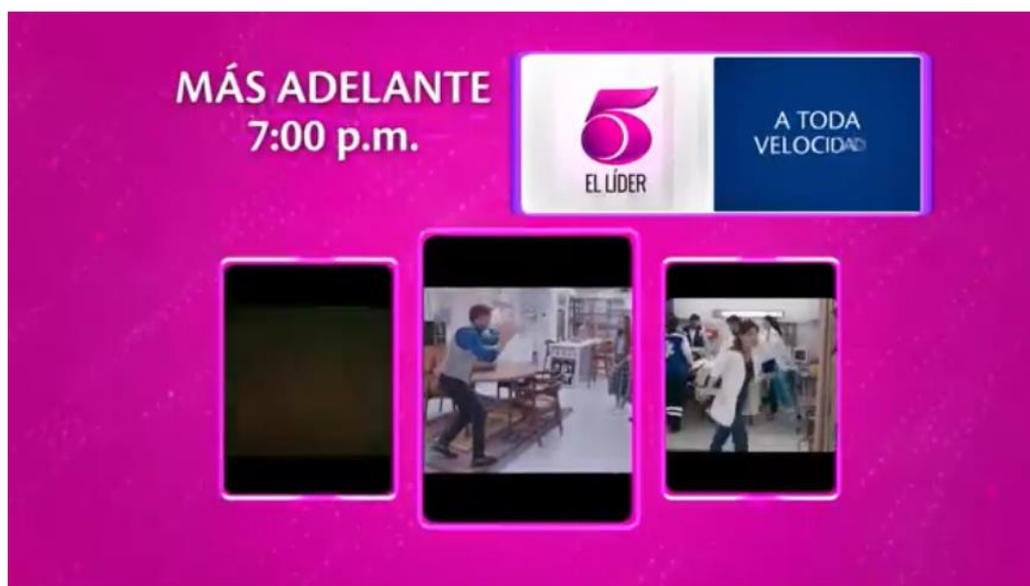
Figura 54- anúncio da classificação indicativa dos programas do Canal 5



Fonte: Printscreen da gravação (14/01/2020)

Em relação aos anúncios internos, notamos que, nos intervalos transmitidos durante os programas, o Canal 5 coloca uma arte gráfica visual com uma vinheta que mostra os horários dos próximos três programas, com o propósito de que o público conheça quais são os conteúdos televisivos que serão exibidos na sequência. Vemos isso como uma estratégia para convidar os telespectadores para assistir aos programas seguintes da emissora e não mudar de canal.

Figura 55- convite para assistir programação do canal



Fonte: Printscreen da gravação (14/01/2020)

Além disso, percebemos que o Canal 5 convida o público a reassistir a programação pela plataforma virtual: durante a transmissão de qualquer programa, com frequência, aparece uma barra na parte inferior da tela (GC) com informação para que o público possa assistir novamente aos capítulos através do aplicativo ou pelo site da *Televisión Centro*.

Figura 56-convite para assistir programação pelo aplicativo



Fonte: Printscreen da gravação (14/01/2020)

Esses convites — sinalizando os próximos programas e a possibilidade de reassistir aos conteúdos — são uma forma explícita e ostensiva, à luz de Duarte (2004), do caráter publicitário e promocional dessas inserções internas e tem como objetivo que os telespectadores continuem assistindo à programação.

Diante disso, nesta categoria, entendemos que embora as estratégias de contato e de auto referencialidade sejam diferentes — pois a primeira tem como propósito criar uma relação aproximada e estreita com o público para trazê-lo e fazê-lo parte do mundo televisivo que o canal organiza e, a segunda, está associada a falar de si mesmo e tomando-se como referência para o mundo —, ambas representam formas comunicativas por meio das quais a televisão procura posicionar-se diante os telespectadores para projetar sua imagem televisiva. É assim que a emissora mostra as lógicas institucional, econômica e tecnológica que organizam seu discurso, evidenciando as formas de criar essa familiaridade com o telespectador, bem como construir uma imagem própria do canal, apresentando seu perfil como tevê (DUARTE, 2004).

4.3. Categoria 3- Hibridização cultural: o entrecruzamento dos sentidos e valores no fluxo televisivo e a mescla das produções televisivas na grade

Nesta última categoria, olhamos para o entrecruzamento cultural que se dá na programação do Canal 5, observando como essa emissora reafirma sua relação de contato com o mundo social por meio das figurações temáticas e formais e pelas mesclas dos programas televisivos importados e nacionais na grade. Na primeira parte desta categoria, identificamos os temas sensíveis e recorrentes da programação, as emoções fortes que tocam o sensível do social e como através dessa pluralidade discursiva, mostra-se a transversalidade da televisão, uma vez que os assuntos são abordados pela TV desde perspectivas distintas. Num segundo momento, tentamos entender a mistura das produções hondurenhas e estrangeiras na construção de um perfil como forma cultural para a emissora.

Conforme discutimos no Capítulo II, os programas televisivos que a televisão exhibe trazem consigo significados que evocam e instalam sentidos, pois estão associados ao sentir em comum. Nesse sentido, segundo França (2006), a televisão tem diferentes traços que demarcam as produções televisivas, uma delas é ser um campo de discursos, ou seja, a tevê como um lugar público no qual circulam distintos discursos sociais: “É um espaço de diversidade, marcado pela presença de diferentes vozes. A TV reflete a diversidade da vida social e é o palco onde diferentes atores, situações, temáticas e problemas se dão a ver” (FRANÇA, 2006, p. 36).

Essa noção de ser o espaço de discursos nos ajuda a entender que a televisão mostra uma pluralidade de falas e temas da vida cotidiana, representados através dos programas televisivos exibidos na grade. Assim, como primeiro movimento desta categoria, vamos olhar a seleção da programação estrangeira do Canal 5 e os temas mais comuns, através das produções oriundas de múltiplos países — Estados Unidos, México, Colômbia, Argentina e Brasil.

4.3.1. Cruzamentos culturais no fluxo televisivo do Canal 5: da seleção da programação estrangeira e das mesclas dos sentidos e valores culturais

De acordo com Jost (2007), a escolha da programação que vai ser exibida na televisão permite que a emissora se afirme não apenas como a responsável editorial, mas também sustenta a construção da sua imagem e seu perfil como veículo e como companheira do telespectador. Nesse sentido, quando olhamos no fluxo televisivo do Canal 5, notamos que ela mostra a presença de produções importadas como: telenovelas, filmes, séries, e programas enlatados¹¹⁷

¹¹⁷ De acordo com Costa, Amancio (2015, p. 156) os produtos “enlatados” são “aos programas televisivos prontos, vendidos a outros territórios. Para serem consumidos em outros mercados, geralmente passam somente pelo processo de legendagem, dublagem ou *voice over*. Destacam-se, neste rol, telenovelas, filmes, seriados e animações”.

que são produzidos e exportados por empresas televisivas transnacionais (como a *Televisa* do México, a *Telemundo* dos Estados Unidos, a *Rede Record* do Brasil e a *RCN Televisión* da Colômbia).

De acordo com Duarte (2014), quanto à seleção dos programas televisivos, as empresas televisivas comerciais procuram associar seus conteúdos com o cotidiano do público. Em outras palavras, as características e as formas de vida das pessoas, segundo a autora, são os eixos que determinam a escolha das peças televisivas e a definição dos horários para serem veiculados.

Na nossa análise, notamos que o Canal 5 escolhe seus conteúdos procurando aqueles que contenham os valores e princípios que a emissora acredita e se orienta, pois, como observamos na categoria 2, esta emissora organiza seu mundo televisivo tomando como referência o contexto social no qual se insere, em articulação com a imagem e o perfil que constrói para si mesma. Além disso, o canal emprega estratégias de contato com o público para marcar seu lugar como instância organizadora do cotidiano, evidenciando que a montagem e estruturação da grade estão ligadas a aspectos institucionais, empresariais e mercadológicos. Assim, percebemos que a seleção dos programas televisivos e a organização da grade de programação obedece não apenas a questões econômicas-comerciais e políticas, mas também ao aspecto cultural e social que rege o canal de televisão em Honduras.

Tendo em conta isso, entendemos que os produtos televisivos estrangeiros que o Canal 5 transmite contêm valores culturais que representam assuntos e temas da vida cotidiana, buscando uma aproximação com seu público. Quanto a isso, quando olhamos com mais cuidado para as figuras temáticas recorrentes na programação, notamos que, ao longo da semana, um dos assuntos que apareceu com frequência foi a imigração. No telejornal *TN5 Estelar* de terça-feira, 14 de janeiro de 2020, informou-se sobre o primeiro grupo de imigrantes hondurenhos de 2020¹¹⁸ que se organizou para sair do país em busca do sonho americano.

Segundo a informação do telejornal, o ponto de encontro dos hondurenhos foi a rodoviária da cidade de San Pedro Sula, no norte de Honduras, para sair no seguinte dia (15 de janeiro de 2020) e cruzar a fronteira com destino aos Estados Unidos.

¹¹⁸ A situação da migração em Honduras tomou maior força desde 2018, pois no outubro desse ano se registrou o primeiro grupo de hondurenhos que se organizou para sair do país, para cruzar a fronteira do México e chegar aos Estados Unidos. Disponível em: <https://rosanjose.iom.int/site/es/caravanas-migrantes>. Acesso em: 9 de agost. 2021.

Figura 57-TN5 Estelar 14 de janeiro de 2020



Fonte: Printscreen da gravação (14/01/2020)

No programa nacional *Las Mañanas del cinco*, de quarta-feira, dia 22 de janeiro de 2020, foram abordadas as consequências de se ficar mais tempo do que é permitido nos Estados Unidos, tornando-se, assim, um imigrante ilegal. As discussões da temática foram mediadas por dois apresentadores, com a participação do público realizando perguntas, através do número de telefone do programa e das redes sociais, e também pela presença de uma advogada especialista em imigração que respondeu às questões dos telespectadores.

Figura 58-Las Mañanas del Cinco 22 de janeiro de 2020



Fonte: Printscreen da gravação (22/01/2020)

No mesmo dia, no telejornal da noite *TN5 Estelar*, foram veiculadas duas notícias referentes ao tema abordado pelo programa *Las Mañanas del cinco*. A primeira notícia foi que o Papa Francisco condenou que alguns países consideram os imigrantes como uma ameaça e pediu aos cristãos que não sejam hostis e indiferentes com eles¹¹⁹, e a segunda notícia detalhou que o México continua enviando migrantes deportados em voos para Honduras.

Figura 59-TN5 Estelar 22 de janeiro de 2020



Fonte: Printscreen da gravação (22/01/2020)

Também no dia 30 de janeiro de 2020, quinta-feira, o *TN5 Estelar* informou, conforme exibido abaixo (figura 60), que os migrantes hondurenhos que foram retornados do México estavam se organizando novamente para tentar voltar cruzar a fronteira para chegar aos Estados Unidos.

¹¹⁹ Esta notícia foi transmitida como LOC VIVO e não apareceu a frase do papa especificamente porque o telejornal deu a conhecer esta informação a partir de jornais digitais. Disponível em: <https://www.lavanguardia.com/vida/20200122/473062620572/el-papa-denuncia-que-algunos-gobiernos-tratan-como-una-amenaza-a-migrantes.html>. Acesso em: 14/07/2021.

Figura 60-TN5 Estelar 30 de janeiro 2020



Fonte: Printscreen da gravação (30/01/2020)

Somado a isso, o Canal 5 também aborda o tema da imigração desde uma perspectiva cômica através da telenovela colombiana *El Man es German*, veiculada de segunda a sexta-feira às 14h. Esta narrativa conta as aventuras e desventuras de um homem sem profissão que viaja para os Estados Unidos em busca do sonho americano e que, após essa viagem, tenta retornar para o Colômbia, mas ao voltar enfrenta uma série de acontecimentos cômicos e divertidos.

Esse tema foi veiculado ao longo da semana pelo programa de entretenimento, os telejornais e através da telenovela, mas a partir de diferentes perspectivas: no programa *Las Mañanas del cinco*, com intenção de informar, educar e responder às perguntas e dúvidas dos telespectadores em relação ao que acontece se as pessoas ficam ilegalmente mais tempo do permitido nos Estado Unidos, aborda-se a política migratória; no segundo enfoque, tratado no telejornal *TN5 Estelar*, expõem as consequências e riscos da imigração ilegal, ao mostrar o retorno dos hondurenhos desde o México, e também traz a visão religiosa e humanista do Papa Francisco sobre o trato aos imigrantes. Finalmente, a telenovela que trata este tema desde a experiência de uma pessoa com uma tônica divertida e ficcional que dialoga com a realidade social que reflete a situação que os hondurenhos enfrentam quando procuram deixar o país em busca de melhor qualidade de vida.

Deste modo, percebemos que a temática da imigração apareceu ao longo da semana e em três programas diferentes — *TN5 Estelar*, *Las Mañanas del 5* e *El Man es German* — que tem lógicas e tons distintos, pois um é informativo, sério e formal, enquanto os outros são menos

fechados e trazem um viés de diversão e entretenimento, embora ambos programas de entretenimento — *Las Mañanas del 5* e *El Man es German* — abordem esta figura temática desde perspectivas diferentes. O primeiro, mesclando um viés informativo e de entretenimento, traz a questão desde uma perspectiva de orientação jurídica e legal; já no caso da telenovela colombiana, o tom de entretenimento predomina, através de uma história ficcional cômica.

Assim, vemos como a transversalidade temática se dá pelas diferentes formas com que se aborda a imigração na grade da programação. Além disso, entendemos que é dessa maneira que a televisão se coloca como esse lugar de diversidade de vozes e discursos mostrando distintos atores, situações e problemas da vida social (FRANÇA, 2006).

Outra temática que foi recorrente durante a semana foi a mudança climática que está afetando não apenas Honduras, mas todo o mundo. Assim, vemos que no telejornal *TN5 Matutino*, de segunda-feira, dia 6 de janeiro de 2020, apresentou-se uma notícia sobre a seca que o país enfrenta devido a esse fenômeno. Aqui, notamos que se abordou através de uma reportagem informativa. Esse mesmo assunto foi reforçado no mesmo dia, no horário nobre, no noticiário da noite *TN5 Estelar*, que alertou sobre a emergência gerada pela seca em Honduras com uma reportagem informativa, com profundidade e análise. A abordagem desse tópico continuou na quarta-feira, dia 22 de janeiro de 2020, através de *TN5 Matutino* veiculando uma notícia sobre as medidas para aliviar essa situação climática.

Figura 61-TN5 Matutino 22 de janeiro 2020



Fonte: Printscreen da gravação (22/01/2020)

Outro tema que atravessou a programação foram os suicídios em Honduras. Este tópico apareceu na segunda-feira, 6 de janeiro de 2020, no telejornal *TN5 Matutino*, no qual se

informou sobre a morte de um homem devido a supostos problemas sentimentais com sua companheira¹²⁰. Essa temática também apareceu na série mexicana *Como dice el dicho*, na quarta-feira, dia 22 de janeiro de 2020, apresentando o caso de uma mulher que se separou do marido, mas nunca superou o divórcio e disse a filha que iria suicidar-se. No final desta narrativa, cuja tônica é de reflexão e aprendizagem, a filha da protagonista consegue ajudar a sua mãe para que ela aceite a separação.

Nesse sentido, notamos que essa é uma figura temática que toca o sensível da vida das pessoas e um problema social, mas desde duas perspectivas diferentes: uma é informativa, porque se trata de uma questão que acontece no mundo social e a outra é abordada desde um enfoque reflexivo que mostra uma situação afetiva que acontece no mundo real através de uma história de drama¹²¹.

Assim, vemos que a grade da programação do Canal 5 mostra que as temáticas das situações do mundo social são articuladas através dos programas televisivos, refletindo essa característica da TV que discutimos na primeira categoria: a televisão traz as questões do exterior, do qual faz parte, e as oferece no mundo televisivo que ela mesma organiza.

Figura 62-TN5 Matutino 6 de janeiro de 2020



Fonte: Printscreen da gravação (06/01/2020)

¹²⁰O repórter divulgou a informação sobre a morte do homem e comentou que as autoridades estavam realizando o trabalho de pesquisa para conhecer qual foi a causa que o levou a suicidar-se, mas que, de forma preliminar, ele supostamente tinha problemas amorosos com sua esposa e isso o levou a suicidar-se.

¹²¹ Na primeira categoria, explicamos que este programa de televisão apresenta todos os dias casos da vida cotidiana das pessoas.

Figura 63-Como dice el dicho 22 de janeiro de 2020



Fonte: Printscreen da gravação (22/01/2020)

A temática religiosa é outra figura que identificamos na programação do Canal 5 que é abordada desde óticas distintas, mas que sempre estão associadas entre si e ao mundo social. O primeiro caso foi em *Las Mañanas del cinco* na quarta-feira, dia 22 de janeiro de 2020, quando se apresentou o testemunho de uma mulher hondurenha que relata ter recebido um milagre da virgem de Suyapa¹²², pois ela, durante a gravidez, recebeu a notícia que seu bebê tinha um problema de saúde e que quando ele nascesse, teria que se submeter a uma cirurgia.

Kritza Perez (presentadora): después de que su médico le dice esto, ¿qué fue lo que usted decidió hacer con su esposo?

Ruth Castillo (testimonio): inmediatamente nos fuimos a la basílica de Suyapa y nuestro guía espiritual, el padre José Antonio, yo lo llamaba porque necesitaba que alguien orara por mí, yo siempre he sido devota de la virgen de Suyapa y yo le dije vamos a donde la morenita para que interceda ante su hijo por nuestra bebe... vas a orar Ruth porque todo este bien, pero lo más importante es que hay una solución medica pero vas a orar por el milagro, para que Dios haga el milagro, para que la virgen interceda ante su hijo para que les haga el milagro...la sorpresa fue que al momento que ella nace, yo le pregunto al doctor, como viene doctor?, ella nació bien. (LAS MAÑANAS DEL CINCO 1h58'35", 22/01/2020)¹²³.

¹²² No mês de fevereiro em Honduras se comemora o aniversário da Virgem de Suyapa, e desde janeiro a igreja católica realiza preparativos para comemorar esta data. A mídia hondurenha acompanha esse processo de preparação até o dia do evento. O *Canal 5*, desde janeiro se prepara com atividades para que o público participe dessa festa.

¹²³ **Kritza Perez (apresentadora):** Depois que seu médico lhe disse isso, o que você decidiu fazer com seu marido?

Ruth Castillo (testemunho): fomos imediatamente à Basílica de Suyapa e nosso guia espiritual, o Padre José Antonio, eu liguei para ele porque precisava de alguém para orar por mim, sempre fui devota da Virgem de Suyapa e eu disse a ele vamos onde a morena para ela interceder diante seu filho pelo nossa bebê ... você vai rezar Ruth porque está tudo bem, mas o mais importante é que tem solução médica mas você vai rezar pelo milagre, então

Figura 64-Las Mañanas del cinco 22 de janeiro de 2020



Fonte: Printscreen da gravação (22/01/2020)

Essa perspectiva religiosa dos milagres da virgem de Suyapa é reafirmada todos os dias pela série mexicana *La Rosa de Guadalupe*, transmitido de segunda à sexta, pois a cada dia se apresentam os milagres da virgem de Guadalupe do México representados por casos da vida cotidiana que narram as experiências milagrosas vividas por diversas pessoas, com uma mensagem de reflexão¹²⁴.

Figura 65-La Rosa de Guadalupe



Fonte: Printscreen da gravação (22/01/2020)

que Deus faz o milagre, para que a Virgem interceda junto ao filho para fazer o milagre ... a surpresa foi que no momento em que ela nasceu, perguntei ao médico, está tudo bem doutor? ela nasceu bem. (LAS MAÑANAS DEL CINCO 1h58'35", 22/01/2020, tradução nossa).

¹²⁴Alguns casos apresentados na série *La Rosa de Guadalupe* ao longo da semana foram: decepção e vingança amorosa, a síndrome de Asperger, o suicídio, sexo na adolescência e a falta de interesse pelos estudos na juventude.

Seguindo com essa lógica de religiosidade, notamos que no programa *Caso Cerrado* do dia 30 de janeiro de 2020, quinta-feira, foi apresentado o caso de uma adolescente de 17 anos que estava grávida e que, segundo a mãe dela, é a “virgem Maria”, porque a jovem nunca teria tido relação sexual com ninguém. O pai da adolescente solicitava, então, uma ordem de restrição para a mãe, por causa dessa obsessão que ela teria quanto à virgindade da filha.

Quando a jovem se apresenta para conversar com a “juíza” Ana Maria Polo (advogada familiar e apresentadora do programa), a adolescente lhe explica que teve relações sexuais com o seu namorado, assim, a juíza toma decisão de colocar medidas de restrição para separá-la da sua mãe.

Essa perspectiva religiosa é reforçada pelo Canal 5 através da competição de desenho para a virgem Suyapa e de montar o altar para a Virgem, promovido pelo programa *Las Mañanas del Cinco*, além da exibição da telenovela *Sansão e Dalila* que mostra um tom bíblico e religioso.

Nesse sentido, percebemos que a questão da religiosidade é apresentada desde perspectivas diferentes: a crença dos hondurenhos católicos sobre os milagres que a Virgem de Suyuapa através do testemunho de uma pessoa no programa *Las Mañanas del 5*, e o drama e testemunho representado nos casos que apareceram nos programas: *La Rosa de Guadalupe* e *Caso Cerrado*, pois nestes dois últimos se mostra o fanatismo religioso a partir de uma produção ficcional.

Figura 66-Caso Cerrado 30 de janeiro de 2020



Fonte: Printscreen da gravação (30/01/2020)

Os temas da violência, crime e narcotráfico são outra questão que aparece ao longo da semana, através dos telejornais: *TN5 Matutino*, *TN5 Estelar* e *TN5 Dominical*. Aqui, notamos que se dá a conhecer notícias relacionadas com a delinquência e as mortes que acontecem em Honduras. Essa figura temática é abordada desde o enfoque informativo, entendendo que o Canal 5 está falando do que ocorre no âmbito social e apresentando-o na tela.

Além disso, esses tópicos também se mostram presentes na programação do canal desde uma outra perspectiva além da informativa, como vemos na série mexicana *Señora Acero* transmitida de segunda à sexta-feira em horário nobre. Esta série apresenta uma história que trata de mortes, sequestros, lavagem de dinheiro e tráfico de drogas. Ainda que possua um tom forte e pesado em relação a seu discurso e imagens, vemos que esta narrativa ficcional tenta mostrar o que acontece no mundo social retratando a violência, entendendo que o discurso apresentado nesta série é consonante com a realidade social de Honduras.

Dessa forma, os mesmos temas são abordados desde perspectivas diferentes e complementares por programas televisivos distintos com tonalidades diferentes, mas com valores que são compartilhados nas produções, embora alguns deles sejam produtos importados, o Canal 5 cria, então, uma transversalidade temática que aciona experiências de países diferentes articulando sentidos comuns.

Figura 67-TN5 Matutino 22 de janeiro de 2020



Fonte: Printscreen da gravação (22/01/2020)

Além disso, identificamos que na programação do canal as datas comemorativas (mesmo aquelas que não são de origem hondurenha, mas que têm caráter comercial e são

comemoradas no país), se fazem presentes nos conteúdos exibidos na grade. Nesse sentido, no programa culinário *La Cocina de Keyla*, transmitido no sábado, 15 de fevereiro de 2020, às 12h, a chef realizou a receita de um hamburger e churros caseiros com leite condensado para celebrar o 14 de fevereiro, o Dia dos Namorados nos Estados Unidos. Além disso, notamos que as roupas da chef e a decoração do estúdio de televisão estavam relacionadas a essa data. Somado a isso, houve ainda a escolha de um filme de romance/drama para o programa “Noche de Gala”, no qual se transmitiu *Cincuenta sombras mas oscuras* no domingo 23 de fevereiro de 2020, reforçando assim a tematica do dia dos namorados.

Figura 68-La Cocina de Keyla 15 de fevereiro de 2020



Fonte: Printscreen da gravação (15/02/2020)

Tendo em vista o exposto até aqui, lembramos da França (2006), para quem “a televisão é ela mesma um espaço de diálogo da vida social; colada ao cotidiano; aos sentidos que permeiam a vida social, ela reflete e inflete seus temas, embates, contradições” (FRANÇA,2006 p. 42). Nesse sentido, entendemos que a grade da programação do Canal 5 mostra uma pluralidade discursiva — migração, violência, religião e a mudança climática — cujas figuras temáticas contam e retratam o que acontece no mundo social, mesmo sob diferentes perspectivas, distintos tons, articulando produções voltadas para o real, o ficcional e o lúdico.

Assim, esses assuntos do mundo social (da qual a TV também faz parte), mostram essa habilidade da emissora de dialogar com esses temas de forma transversal na programação, ao mesmo tempo em que reafirma sua relação de contacto com mundo extra televisivo.

4.3.2. Olhando nas mesclas culturais dos programas de TV no fluxo televisivo do Canal 5

O segundo movimento desta categoria é olhar a articulação das produções importadas e as nacionais — embora as nacionais não sejam “puras” porque seus formatos são transnacionais — na construção do perfil cultural do Canal 5. Conforme discutimos, a partir de Canclini (1989), Martín-Barbero e Rey (2001), o hibridismo cultural é o resultado da mescla e das transformações culturais, nas quais a globalização e a transnacionalização permitiram que o intercâmbio de ideias e pensamentos aumentasse essas misturas, apontando a uma hibridização da cultura. Assim, a presença da mídia, especificamente da televisão, no cotidiano, permite visibilizar essas combinações através dos produtos televisivos exibidos na grade.

Cada peça televisiva é uma forma simbólica que representa e projeta valores, significados e sentidos culturais, pois carrega traços e características ligadas às condições sociais e culturais da sua produção (THOMPSON, 2011). Nesse sentido, entendemos que os programas importados exibidos através do Canal 5 trazem elementos culturais distintos às produções e à cultura hondurenha: linguagem, sotaque, vestimenta etc. Tais produções retratam as diversas realidades sociais de cada país produtor, acionando uma experiência cultural entre países diferentes unificando sentimentos comuns, pois o referente dos programas é o mundo social.

Assim, quando olhamos na grade da programação do Canal 5, notamos que de segunda a sexta-feira, ao finalizar (ao meio-dia) o programa nacional *Las Mañanas del Cinco* (programa hondurenho com formato transnacional), inicia-se, das 12h às 13h, *Como dice el dicho* uma produção pronta (mexicana). Em seguida, há duas telenovelas *Chepe Fortuna* (13h às 14h) e *El Man es German* (14h às 15h) ambas produções colombianas; depois, das 15h às 16h o programa nacional *La Llamada Ganadora* (hondurenho com formato transnacional). Logo em seguida, transmite-se, das 16h às 17h, o *Dating show Doce Corazones* (programa americano) e, das 17h às 18h, exibe-se o *Talk show Caso Cerrado* (programa americano) e, posteriormente, três produções importadas do México: das 18h às 19h a série *La Rosa de Guadalupe*, das 19h às 20h a telenovela *Soltero con Hijas* e das 20h às 21h a telenovela *Médicos en línea de vida* (. Depois, há o telejornal nacional da noite, o *TN5 Estelar*, das 21h às 22h (noticiário hondurenho com formato transnacional) seguindo pela série *La Señora Acero*, das 22h às 23h (mexicana-americana), finalizando a programação com as reprises dos programas do dia.

Quanto aos finais de semana, no dia sábado percebemos que a mescla das produções inicia ao finalizar (às 7h) as reprises do filme *Cantinflas* (produção mexicana), depois das 7h às 8h é veiculado o telejornal do sábado *TN5 Matutino* (produção hondurenha com formato

transnacional), das 8h às 9h transmite-se o programa pronto *La Rosa de Guadalupe* (produção mexicana), em seguida das 9h às 11h se exhibe a telenovela *Alegrijes y Rebujos* (mexicana), das 11h às 12h do meio dia o Canal 5 volta de novo com uma produção hondurenha, com formato transnacional com o programa culinário *La Cocina de Keyla*, das 12h às 12h30 aparece a série pronta *Man with a plan* (americana).

Logo depois das 12h30 às 13h, exhibe-se a série *Super Store* (americana); em seguida, das 13h às 13h30, apresenta-se a série *Una Família de diez* (mexicana), das 13h30 às 14h se exhibe *Alma de Ángel* (mexicana) e, na sequência, das 14h às 14h30 a sitcom *Mi querida herencia* (mexicana), das 14h30 às 15h aparece a série *Simón dice* (mexicana), e das 15h às 16h a emissora volta com o programa hondurenho que tem formato transnacional *La Llamada ganhadora*, depois continuam as peças televisivas estrangeiras das 16h às 18h com a telenovela *Yo soy Luna* (produção argentina-mexicana), depois das 19h às 19h a telenovela *Sansón y Dalila* (brasileira). Das 19h às 21h30, tem-se o espaço do cine mexicano com os filmes de *Cantinflas*. Posteriormente, das 21h30 às 23h, a grade coloca no ar *Cine Click*, no qual se veiculou o filme *Bridget Jones 2 The Edge of Reason* (britânico), finalizando das 23h às 24h e, logo depois, com o programa *Cine de medianoche*, exibiu-se o filme *Click* (americana).

No domingo, observamos que as inserções da programação iniciam quando finaliza às 8h as reprises dos filmes de *Cantinflas* (mexicana). Logo depois disso, o Canal 5 transmite das 8h às 12h o programa de esportes *Cinco Deportivo* (hondurenho com formato transnacional). Das 12h às 14h30, o canal continua a programação hondurenha com o programa de jogos *X-O da dinero* (game show hondurenho com formato transnacional), depois é veiculado das 14h30 às 15h30 o programa de jogos *Game Time* (mexicano), em seguida, das 15h30 às 16h, a emissora volta com programação nacional com a transmissão do pré-jogo da partida de futebol e, das 16h às 18h, foi veiculado a partida de futebol entre equipes hondurenhas.

Posteriormente, das 18h às 19h, continua-se a programação nacional com o telejornal do domingo *TN5 Dominical* (programa hondurenho com formato transnacional), depois, das 19h às 20h, transmite-se a série *Macgyver* (americana). Depois disso, das 20h às 22h é o espaço de filmes *Noche de Gala* no qual se transmitiu o filme *Cincuenta sombras mas oscuras* (americana), das 22h às 23h, o canal exhibe o programa nacional *Banegas* (hondurenho) e a programação finaliza às 23h com as reprises dos programas exibidos até às 5h45 no dia domingo.

Levando em consideração essa estrutura da grade, observamos que as produções exibidas no fluxo televisivo do Canal 5, misturam-se no encadeamento semanal, pois ficam entremeadas na grade e partilham formas de focar o mundo. Por exemplo, de segunda a sexta

feira no horário nobre vemos que se exhibe a serie mexicana: *La Rosa de Guadalupe* (18h), seguidamente a telenovela mexicana: *Soltero con hijos* (19h), a telenovela mexicana: *Medicos en Linea de Vida* (20h), o telejornal nacional: *TN5 Estelar* (21h) e a série mexicana-americana *Señora Acero* (22h), entendendo que cada uma das peças televisivas além de ter diferentes tons, mostram diversas perspectivas de olhar a realidade, uma vez que são articuladas a um diálogo cultural hibridizado.

Além disso, o entrecruzamento da emissora não acontece apenas na sequência do fluxo, mas também nos formatos e gênero de cada programa, ou seja, essa mescla se dá a partir da estruturação dos conteúdos e no tipo da sua narrativa. Nesse sentido, quando olhamos no aspecto da estrutura dos conteúdos, vemos que o Canal 5 apresenta uma variedade de formatos na programação: programas “enlatados” por exemplo: *Como dice el dicho* (segunda até sexta feira 12h) ou *Doce corazones* (segunda até sexta feira às 16h), também se exibem programas ao vivo como os telejornais: *TN5 Matutino* (segunda até sexta feira às 5h45), *TN5 Estelar* (segunda até sexta feira às 21h) e o *TN5 Dominical* (domingos às 18h), bem como, aqueles pré-gravados realizados fora do estudo em cenários diversos como: *X-o da dinero* (domingos às 12h).

Assim, o que consideramos importante destacar é que a emissora mostra o entrecruzamento na forma de produção de cada peça televisiva, pois vemos que programas hondurenhos, mas com formatos transnacionais utilizados em outros países do mundo e que, em Honduras, são adaptados ao contexto nacional. Exemplo disso são os telejornais *TN5 Matutino*, *TN5 Estelar* e o *TN5 Dominical*, que mostra a estrutura dos noticiários televisivos que circulam internacionalmente, mas com a diferença que o conteúdo desses telejornais está baseado no contexto hondurenho. Um outro caso, é o do programa culinário dos sábados, *La Cocina de Keyla*, com sua natureza mesclada, já que tem uma construção transnacional, porém sua temática e discurso está associado ao ambiente nacional. Também, podemos exemplificar, o caso de *X- O da dinero* (domingo às 12h), um programa de jogos e competições com público que está presente, que se realiza às vezes dentro do estúdio do canal e outras vezes em lugares fora do estudo (parques aquáticos, escolas, circos e ao ar livre), seu formato é similar aos programas de jogo internacionais, mas o que muda é que está adequado ao ambiente local.

Quanto à mistura dos gêneros, entendemos que se dá a partir da mescla das narrativas, nos tons e nos diferentes sotaques dos personagens de cada programa de tevê. Exemplo disso é a telenovela colombiana *El Man es German*, na qual se percebe o sotaque e palavras próprias de Colômbia como: “que berraquera invitación” (EL MAN ES GERMAN, 30’23” 14/01/2020) tentando dizer “que convite ruim” (cujo equivalente hondurenho seria “que invitación mala”);

outro caso é o da telenovela colombiana *Chepe Fortuna*, na qual percebemos, no seguinte diálogo, a palavra “pelao” que significa “bebê ou filho”, que em Honduras seria bebe o hijo:

personaje de la telenovela 1: entonces mi **pelao** va a nacer aquí em la cárcel, ay Dios mío no permitas que mi hijo sea un presidiario.

Personaje de la telenovela 2: no, no, no conchita nada de eso, porque te vas a poner a llamar al **pelao** ahora, no, no un parto ahorita sería desastroso. (CHEPE FORTUNA,26'23",22/01/2020)¹²⁵.

Além disso, considerando que as publicidades também fazem parte do fluxo (WILLIAMS, 2006), notamos que no fluxo televisivo do Canal 5 apareceu um anúncio publicitário sobre o suco de babosa *Saviloe*. Aqui identificamos que aparecem dois atores mexicanos, uma atriz colombiana e uma cantora mexicana que descrevem as qualidades do produto fabricado na Colômbia e distribuído em Honduras. Assim, o que é importante destacar é essa diversidade cultural que é representada através do anúncio com protagonistas de países diferentes, afinal essa lógica comercial indica uma prática de consumo e sinaliza também uma vivência cultural hibridizada.

Figura 69-publicidade de suco Saviloe



Fonte: Printscreen da gravação (7/02/2020)

Uma outra questão que percebemos no fluxo televisivo da grade da programação é a mistura da realidade e a ficção entre os programas televisivos. Por exemplo, quando olhamos na sequência da programação do Canal 5 de segunda a sexta-feira, no período da tarde-noite, notamos que o *Dating show* americano *Doce Corazones* (16h), o *talk show* americano *Caso cerrado* (17h), a série mexicana *La Rosa de Guadalupe* (18h), as telenovelas mexicanas *Soltero*

¹²⁵ **personagem da telenovela 1:** então o meu filho vai nascer aqui no cárcere, ai meu Deus, não deixa meu filho ficar preso.

personagem da telenovela 2: não, não, não, conchita, nada disso, desse jeito porque você está chamando ao bebe agora, não, não, ter um parto agora seria desastroso. (CHEPE FORTUNA,26'23",22/01/2020, tradução nossa).

con hijos (19h) e *Médicos en Línea de vida* (20h), se misturam com o telejornal hondurenho da noite *TN5 Estelar* (21h).

Essa mescla no fluxo acontece porque cada programa importado mostra uma supra-realidade¹²⁶ discursiva que se entrecruza com a meta-realidade¹²⁷ do telejornal, gerando um traço característico da televisão: a ficcionalização da realidade, na qual “a linguagem da TV oscila continuamente entre estes dois mundos, sendo a mistura sua forma básica de lidar com as duas instâncias” (FRANÇA, 2006, p. 35). Nesse sentido, entendemos que essas misturas que ocorrem entre cada formato e cada gênero televisivo a partir da forma de produção dos programas seus discursos, tons, sentidos e valores, nos quais o mundo social se apresenta através dos telejornais e representado pela ficção e o drama dos programas importados, refletem a perspectiva transnacional e híbrida da televisão.

Assim, os elementos culturais distintos que atravessam as produções importadas e nacionais no fluxo televisivo do Canal 5 são o resultado dessa hibridização cultural, embora a natureza das produções hondurenhas seja transnacional, pois, conforme abordamos no capítulo I, esses conteúdos impuros se expandiram globalmente, permitindo a comercialização de formas audiovisuais, e mudando as grades dos canais de TV ao redor do mundo. Com isso, compreendemos que os programas exibidos no Canal 5 conectam-se para além de si, fazendo emergir sentidos que permitem construir uma dimensão cultural transnacional para o canal.

Dessa forma, a sequência misturada entre os programas importados e os nacionais permite construir a rotina do canal que reflete um entrecruzamento cultural e, ao mesmo tempo, oferece uma experiência hibridizada, na qual o mundo televisivo — aquele que a emissora produz para o público — se apresenta híbrido porque os conteúdos estrangeiros são oferecidos como parte desse mundo. Assim, entendemos que o Canal 5 não impõe separações entre uma peça importada e uma hondurenha, pois é a partir dessa articulação cultural que a emissora constrói um espaço de diálogo na programação estabelecendo identificações culturais entre hondurenhos e demais países latino-americanos.

Nesse sentido, podemos afirmar que essa mescla mostra a diversidade da televisão, “produtos diversificados, múltiplos, fragmentações, descontinuidade e mistura de temas e gêneros marcam o vasto repertório de bens distribuídos pela TV” (FRANÇA, 2006, p. 35). Assim, evidenciamos que as interseções dos diversos elementos que se articulam na programação da emissora facilitam a construção de laços transnacionais, independentemente de serem produções importadas ou somente programas hondurenhos, entendendo que essa

¹²⁶ Esta realidade não possui relação direta com o mundo real (DUARTE, 2007).

¹²⁷ De acordo com Duarte (2007) é uma realidade que mostra que o mundo real é seu referencial.

dimensão articulada da grade mostra entrecruzamentos culturais permitindo mostrar essa forma cultural da emissora hondurenha.

Finalmente, consideramos importante trazer uma síntese analítica das categorias abordadas em nossa análise para ter um panorama mais claro deste capítulo. Nesse sentido, no primeiro eixo analítico olhamos na cotidianidade da programação do Canal 5 para entender a construção da rotina do canal a partir do cotidiano, isso nos ajudou a perceber nos programas televisivos as características, as tonalidades e proposições instituídas pela emissora.

Nessa perspectiva, o Canal 5 tem uma estrutura televisiva da grade que mostra, a partir de seus discursos as diferentes tônicas nos programas de cada horário, dia e ao longo da semana do fluxo, com proposições sutis uma consonância com o mundo social. Isso é evidenciado ainda nas peças televisivas exibidas de segunda a sexta-feira e no final de semana, pois identificamos uma variação nos horários, nos tipos de programas e na tonalização, de modo que essa diferença se dá devido à fricção que ocorre entre o mundo social e o mundo televisivo.

Sendo assim, compreendemos que a emissora constrói sua própria rotina televisiva tendo em conta o mundo social, ou seja, o Canal 5 oferece ao público um tempo televisivo próprio que se modifica e atualiza devido ao contato da emissora com a realidade da qual faz parte, organizando dessa forma suas próprias rotinas em diálogo com o social.

Entendendo, então, que essa TV constrói seu próprio mundo televisivo, na segunda categoria, vemos como esta emissora convida aos telespectadores a fazerem parte desse mundo. Para isso, essa emissora implementa estratégias de contato com seu público com o propósito de reafirmar-se e marcar seu lugar na televisão hondurenha.

Vemos então que o Canal 5 utiliza essas estratégias — contato e auto referencialidade — para estabelecer uma relação estreita com seu público e fazendo-os parte do mundo televisivo, ao mesmo tempo em que projeta uma imagem para seu público de “quem ele é”. Assim, entendemos que é através dessas estratégias que a tevê gera uma maneira de enunciação para falar de si mesma, através de um discurso autorreferencial que tem como característica comunicar sua existência enquanto marcar seu lugar como instância organizadora, com o propósito de chamar o público para acompanhar o tempo que ele constrói.

Na última categoria da análise, olhamos as intersecções e cruzamentos culturais que se dão no fluxo televisivo do Canal 5. Nesse sentido, num primeiro momento, identificamos que as figuras temáticas recorrentes da emissora: datas comemorativas como os dia dos namorados, os suicídios, a migração, são abordadas desde perspectivas diferentes que se complementam por programas distintos que têm tonalidades diferentes, mas sempre associados a uma realidade

social, permitindo mostrar sua habilidade de dialogar sobre as questões que acontecem no ambiente extra televisivo e mostrando essa porosidade da televisão (FRANÇA,2009).

Na segunda parte da terceira categoria, compreendemos que existe uma importação de programas prontos ou enlatados, questão que não é novidade no Canal 5, pois conforme abordamos no capítulo I deste trabalho, no processo de constituição da televisão hondurenha explicamos que esta emissora, desde seu início, transmitiu produções importadas do México e dos Estados Unidos, devido aos vínculos comerciais com associações centro-americanas para a compra de produtos internacionais.

Percebemos, então, que a emissora conserva esse padrão de transmissão de conteúdos estrangeiros, desde a data da primeira telenovela internacional em 1973¹²⁸, até o dia de hoje, mostrando que, na atualidade, exibe uma diversidade de produtos importados para além das telenovelas¹²⁹, de formatos e também veicula mais produção hondurenha. Além disso, notamos que a importação não se dá apenas nas produções prontas, mas também existe uma importação de formatos transnacionais, pois a emissora exibe programas hondurenhos, que têm uma natureza mesclada transnacional adaptada ao contexto nacional.

Nesse sentido, entendemos que essa dinâmica se dá devido à globalização e à transnacionalização no mercado televisivo que permitiram que os formatos importados (mesmo aqueles que não sejam diretamente comprados) sejam apropriados de diversas maneiras na elaboração dos programas televisivos, revelando como essas estruturas transnacionais se expandiram ao redor do mundo. Assim, vemos que o Canal 5 seleciona os conteúdos (sejam nacionais, sejam importados) de acordo com os valores culturais, assuntos e temas da vida cotidiana que representam, sempre mantendo uma consonância com o mundo social do qual ele faz parte e buscando uma aproximação com seu público.

Sendo assim, cada peça televisiva importada ou nacional se entrecruza no fluxo televisivo criando uma mistura cultural de discursos, formatos e gêneros, gerando uma experiência televisiva hibridizada para o público. Ou seja, o Canal 5 não impõe separações entre conteúdos hondurenhos e os estrangeiros porque estes são oferecidos como parte do mundo televisivo da emissora, criando laços entre Honduras e os demais países e, ao mesmo tempo, gerando uma experiência cultural híbrida para os telespectadores que assistem à programação.

¹²⁸ Telenovela mexicana: Muñeca

¹²⁹ De acordo com Thelma Mejía (2013), em Honduras, “os formatos utilizados pelas emissoras com mais recursos são novelas, telefilmes, desenhos animados, humor, comédias, esportes, notícias e programas de debate de opinião. Elas também se interessam pelos *talk-shows* nacionais e internacionais” (MEJIA, 2013, p. 238).

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao nos propormos a estudar o Canal 5, pensamos que a falta de investimentos na produção televisiva em Honduras fazia com que os canais de televisão comprassem produtos importados de países exportadores de conteúdo audiovisual (sendo eles, em sua maioria, telenovelas, filmes, séries e programas de competições). Ao longo deste estudo, para além das dimensões econômicas, buscamos compreender as questões culturais envolvidas nos processos de circulação dessas produções na grade de programação do canal.

O “Canal 5”, desde sua criação em 1959, transmitiu séries e telenovelas dos Estados Unidos e do México e, hoje, com seu desenvolvimento, conseguiu ampliar sua oferta de programação estrangeira, incorporando na grade produções colombianas e brasileiras, além das mexicanas e americanas. Ao abordamos o Canal 5 como uma instituição social em Honduras, cujo desenvolvimento está marcado por tensionamentos políticos e sociais, assim como pelo o processo de globalização da televisão hondurenha e a transnacionalização dos produtos televisivos no mercado audiovisual, buscamos analisar como esses processos sociais contribuíram para sua evolução e constituição enquanto instância organizadora de sentidos consonantes à realidade social da qual faz parte.

Assim, com esta pesquisa, buscamos compreender como esse canal de tevê, através de seu fluxo televisivo, constrói um perfil específico e singular revelando sua forma cultural pela articulação dessa variada (e transnacional) programação.

Diante disso, as discussões teóricas propostas neste trabalho e as indagações analíticas nos permitiram construir um olhar sobre a televisão hondurenha, a partir do qual chegamos a alguns apontamentos que consideramos importante destacar. Na discussão teórica sobre a globalização, pudemos refletir sobre como esse processo comunicacional contribuiu na transformação e no desenvolvimento da televisão em todo o mundo e entender a expansão dos intercâmbios dos produtos culturais.

Isso nos ajudou a olhar para a circulação e distribuição dos conteúdos televisivos e compreender que, com a globalização, a transnacionalização na América Latina adquiriu maior força, facilitando a exportação e importação de produções televisivas. Assim, olhando nessa dinâmica transnacional no contexto latino-americano, pudemos pensar no entrecruzamento cultural e refletimos no hibridismo como esse fenômeno característico latino-americano que se dá através das misturas culturais.

Partindo da compreensão da televisão por sua dimensão cultural, olhamos para essas hibridações e refletimos sobre o que a televisão veicula, problematizando o fluxo televisivo como esse processo no qual emergem e se constroem sentidos sociais e valores culturais. Assim, pudemos pensar como o fluxo televisivo do Canal 5, através da exibição dos programas de TV na grade da programação, permite a construção de um perfil singular para emissora revelando sua forma cultural em Honduras.

Para estudar isso, além de assistir e gravar a programação completa do Canal 5 desde seu início até o final da sua transmissão durante uma semana, realizou-se um trabalho de coleta de registros históricos sobre a televisão hondurenha e do Canal 5, procurando, através de procedimentos de sistematização, descrição e análise, revelar o que o fluxo da emissora tentava nos dizer por meio do seus programas televisivos.

Dessa forma, pudemos estabelecer os eixos analíticos para este trabalho: (1) a cotidianidade da programação do Canal 5, com o intuito de entender como esse canal organiza e cria seu tempo televisivo próprio, considerando as rotinas que a emissora propõe para os telespectadores que assistem aos programas televisivos, em diálogo com o que acontece no mundo social; (2) a relação articulada com a audiência, com o objetivo de olhar a construção do canal diante de seu público a partir das estratégias comunicativas para falar de si e convidar ao público a fazer parte do tempo televisivo que organiza; e (3) as hibridações culturais, com o propósito de compreender os aspectos culturais, as misturas e entrecruzamentos entre as produções televisivas de múltiplos países e os valores compartilhados na construção do perfil do Canal 5.

Quando olhamos cuidadosamente na sua grade da programação, percebemos que seu desenho televisivo mostra, a partir da tônica de seus discursos e proposições de conteúdos, uma consonância com o mundo social. Nessa perspectiva, a emissora constrói uma rotina que está associada ao cotidiano de seu público, dialoga com a realidade, apresentando um mundo ao qual também pertence.

Notamos que existe uma diferença marcada entre a programação de segunda-feira a sexta-feira e a do fim de semana, cuja variação se dá devido às rotinas e aos tensionamentos que acontecem no mundo social. Acreditamos que o Canal 5 propõe uma organização temporal própria para os telespectadores, que muda e se atualiza na informação que é veiculada em cada peça televisiva e no tempo social, mantendo sempre a estrutura formal (formatos) dos conteúdos.

Uma outra questão que achamos importante para entender a forma cultural do Canal 5 a partir de seu fluxo foi a maneira como esse canal tenta falar de si diante a audiência. À luz de

Duarte (2009), as empresas televisivas empregam estratégias comunicativas de auto-referencialidade para expressar sobre si mesmas. Nesse sentido, ao pensar nessas formas entendemos que se constrói um espaço de diálogo entre o público e o canal, no qual se busca trazer ao público para fazer parte da TV e manter sua relação de contato, ao mesmo tempo em que a televisão projeta sua imagem televisiva para referir-se a si mesma.

No Canal 5, pudemos identificar que as estratégias de auto-referencialidade que essa emissora utiliza são a fala de seus apresentadores dos programas nacionais para convidar ao público a continuar assistindo à programação e o convite para participar no interior dos programas televisivos através das redes sociais. Assim, pudemos perceber que o Canal 5 fala de si e projeta a imagem de “quem ele é”, diante seus telespectadores, ao mesmo tempo em que marca seu lugar na televisão hondurenha como uma instância que organiza, constrói e convida a audiência para ser parte desse seu tempo televisivo.

Uma outra maneira que o Canal 5 emprega para falar de si é através das publicidades internas na grade da programação, entendendo a partir de Williams (2006) que os anúncios comerciais fazem parte do fluxo televisivo. Pudemos notar que, nestas publicidades, a emissora apresenta imagens visuais de autopromoção sobre as qualidades de cada programa nacional que exibe numa tentativa de projetar-se e marcar seu lugar de destaque na televisão hondurenha. Além disso, ao analisar detalhadamente essas estratégias que essa tevê utiliza para falar de si através dos comerciais internos, percebemos uma questão que chamou nossa atenção.

De acordo, Williams (2006) a publicidade interrompe o fluxo e se articula um programa televisivo intercalado com um anúncio comercial, porém, essa noção do autor sobre a forma como o fluxo opera na grade não acontece no Canal 5, pois notamos que a emissora atualiza essa ideia colocando uma peça televisiva associada estreitamente com a seguinte, assim, essa inovação reforça o fluxo ao tentar capturar e manter o público ligado na programação.

Outra questão que analisamos no fluxo do Canal 5 está associada ao entrecruzamento e às intersecções culturais. Quando olhamos as figuras temáticas recorrentes que aparecem ao longo da semana, identificando a migração dos cidadãos hondurenhos que tentavam sair do país em busca do “sonho americano”, a violência associada a mortes, a delinquência, o suicídio, a religiosidade, e as consequências que o país está sofrendo devido à mudança climática, percebemos que esses assuntos foram abordados a partir de visões diferentes que se complementavam e reforçavam, por programas distintos e modulados por diferentes tonalidades, mas sempre vinculados a uma realidade social. Isso nos revela a dinâmica do Canal 5 de tratar os temas do contexto social, associando-os com os programas que exibe para

construir pensamentos coletivos e ampliar o olhar do mundo comum, a partir dessa pluralidade discursiva.

Além disso, o Canal 5 mostra sua habilidade de dialogar sobre as questões que acontecem no ambiente extra televisivo de forma transversal na programação. Ao utilizar perspectivas diferentes, o Canal 5 se revela como um espaço propício para se tratar de assuntos sensíveis, procurando reafirmar sua relação de contato com seu público e com o mundo social. Essa transversalidade nos diz, então, que o mundo televisivo é afetado pelo mundo social, pois a TV faz parte dele. Isso nos lembrou da porosidade da televisão que, de acordo com França (2009), se alimenta da realidade social, se apresenta próxima no cotidiano, na intimidade pessoal, mostrando as hibridizações desse mundo com o qual interage.

Olhando cuidadosamente no fluxo do Canal 5, pudemos analisar que esta emissora importa uma variedade de programas enlatados produzidos em países como: México, Colômbia, Estados Unidos e Brasil, fazendo com que seja fortalecida a importação de conteúdos de TV e debilitando a produção nacional (especialmente com relação às produções ficcionais), pois como explicamos nos primeiros capítulos a compra desses formatos televisivos estrangeiros é mais barata do que produzir um programa e exportá-lo.

Essa dinâmica de importação iniciou em 1973, com a transmissão da primeira telenovela de origem mexicana, *Muñeca*, quando o Canal 5 começou a exibir produções mexicanas e americanas, mostrando seu interesse no investimento nas produções estrangeiras. A partir daí, foram estreitadas as relações comerciais com associações centro-americanas para a compra de produtos internacionais.

Na atualidade, a emissora mantém esse padrão de transmissão de produções estrangeiras, mas incorporou mais produções hondurenhas, principalmente de viés informativo ou de entretenimento associado à para-realidade (como *Las Mañanas del Cinco*, *La Cocina de Keyla*, entre outros). Isso revela uma tentativa de não deixar de lado os conteúdos nacionais e cumprir com as necessidades da audiência de oferecer programas que veiculem o entorno nacional. Outro aspecto que vale a pena destacar é que essa dinâmica de importação no Canal 5 não ocorre apenas nas produções “prontas”, pois na grade da programação identificamos que existe também uma importação de formatos transnacionais.

Nesse sentido, essas peças televisivas são programas nacionais que têm características mescladas adaptadas ao contexto hondurenho, por exemplo, os telejornais: *TN5 Matutino*, *TN5 Estelar* e *TN5 Dominical* ou também o programa de competição: *X-O da dinero*. Isso nos diz que existe uma apropriação nas maneiras de fazer os programas televisivos com estruturas que

circulam no mercado global televisivo, mostrando a influência transnacional e revelando a dimensão cultural do Canal 5.

Além disso, podemos notar que cada conteúdo televisivo importado ou hondurenho se entrecruza no fluxo televisivo do Canal 5 gerando uma mistura cultural nos discursos, nos formatos e nos gêneros. Isso nos revela que essas mesclas produzem uma experiência televisiva que se apresenta e se oferece hibridizada para a audiência. Além disso, o Canal 5, nesse cenário híbrido, gera e compartilha novos sentidos e formas de interpretar o mundo.

Vemos então que esta emissora não estabelece separações entre os programas nacionais e estrangeiros, mas articula sua programação oferecendo-a como parte desse tempo televisivo que é construído pelo próprio canal. Isso lhe permite, então, estabelecer laços entre Honduras e os demais países produtores por meio dos produtos audiovisuais.

Dessa forma, a análise minuciosa do Canal 5 a partir de seu fluxo televisivo nos revela sua forma cultural e nos permite entender que ele é um canal que constrói seu próprio tempo televisivo e sua rotina, ligada ao cotidiano de seu público, oferecendo uma experiência cultural híbrida em consonância com o mundo social do qual faz parte.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BANEGAS, Dario. Entrevista a Nahum Valladares, 2019. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=KVH3umgcMoI>. Acesso em: 26 de mar.2020.

_____. Marcha de las antorchas: ¿Por qué Honduras lleva tres meses en protestas? **BBC mundo**, 2015. Disponível em: https://www.bbc.com/mundo/video_fotos/2015/08/150827_video_honduras_protestas_gtg. Acesso: 26 Jan. 2020.

_____. Elecciones en Honduras: quién es Salvador Nasralla “El señor de la televisión” que puede evitar la reelección de Juan Hernández como presidente. **BBC Mundo**, 2017. Disponível em: <https://www.bbc.com/mundo/noticias-america-latina-42135543>. Acesso em: 26 oct. 2020.

BERGER, Peter L. LUCKMANN, Thomas. **A construção social da realidade: tratado de sociologia do conhecimento**. Rio de Janeiro: Editora Vozes, 2004.

BRIGGS, Asa; BURKE, Peter. Uma história social da mídia: de Gutenberg à Internet. Rio de Janeiro. 2006.

CHALABY, Jean K. Global Media and Communication: **From internationalization to transnationalization**. Boston, Massachusetts, v.1 n. 1, p. 28-33, 2005.

_____. Estudio de mercado dos serviços de televisão por assinatura em Honduras. **Comision Nacional de Telecomunicaciones de Honduras**. Disponível em: <http://www.conatel.gob.hn/doc/indicadores/2016/INFORMEdeEstudiodelServiciodeTelevisioNporSuscripcion.pdf>. Acesso em 27 dic. 2019 BRIGGS, Asa; BURKE, Peter. **Uma história social da mídia: de Gutenberg à Internet**. Rio de Janeiro: Zahar, 2006.

CALDERON T., Manuel. Golpe de Estado, elecciones y medios en una democracia fallida. In: RINCON, Omar. (org.) **¿Por qué nos odian tanto?** Estado y medios de comunicación en América Latina. Bogotá, 201, p. 71-87.

CANCLINI, Néstor Garcia. **Consumidores e cidadãos: conflitos multiculturais da globalização**. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 1997.

_____. El consumo cultural: una propuesta teórica. In: SUNKEL, Guillermo. (org). **El consumo cultural en América Latina: construcción teórica y líneas de investigación**. Colombia: Segunda edición, 2006, p.72-95.

_____. **Culturas Híbridas: estrategias para entrar y salir de la modernidad**. México, DF: Editora GRIJALBO, S.A de C.V, 1989.

CASTELLANOS Enamorado, Guillermo. **La televisión, su desarrollo en Honduras y su aplicación al periodismo**. Monografía (Licenciatura en Periodismo)- Escuela de Periodismo, Universidad Nacional Autónoma de Honduras, Tegucigalpa, Honduras, 1981.

COSTA, Ana Paula; AMANCIO, Carlos. Franquias televisivas: Processos de produção, venda e circulação. **Revista GEMInIS**, v. 6, n. 1, p. 154-173, 28 jun. 2015.

_____. Las ferias audiovisuales más importantes para productores y creadores de contenido. **E-MOTION**. Disponível em: <http://emotion.com.co/las-ferias-audiovisuales-mas-importantes-productores-creadores-contenido/>. Acesso em 29 Mar.2020.

DOUGLAS, Mary. **Como as Instituições Pensam**. (tradução Carlos Eugênio Marcondes de Moura). São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 1998.

DUARTE, Elizabeth Bastos. Televisão: entre gêneros, formatos e tons. In: Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 30, 2007, Santos. **ANAIS XXX Intercom**, Santos, 2007.

DUARTE, Elizabeth Bastos. Televisão: ensaios metodológicos. Porto Alegre: Sulina, 2004

_____; DIAS, Maria Lília. Reflexões sobre os gêneros e formatos televisivos. In: DUARTE, Elizabeth; DIAS Maria Lília. **TELEVISÃO: entre o mercado e academia**. Porto Alegre: Editora Sulina, 2006, p.19-29.

_____. Reflexões: os sentidos sociais da programação. In: Encontro Anual da Compôs, 23,2014, Belém, Pará. Anais **XXIII**, Pará, 2014, p. 1-16.

ESCOSTEGUY, Ana Carolina. **Cartografias dos estudos culturais** – Uma versão latino-americana. Belo Horizonte: Autêntica, 2010.

FAUSTO NETO, A. Fragmentos de uma «analítica» da midiatização. **MATRIZES**, [S. l.], v. 1, n. 2, p. 89-105, 2008. DOI: 10.11606/issn.1982-8160.v1i2p89-105. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/matrizes/article/view/38194>. Acesso em: 13 jul. 2021.

FECHINE, Yvana. Elogio à programação: repensando a televisão que não desapareceu. In: Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 37,2014, Paraná. **Anais XXXVII Intercom**, Foz de Iguaçu, 2014, p. 1-15.

FECHINE, Yvana. Gêneros televisuais: a dinâmicas dos formatos. **Revista Symposium**, janeiro-junho 2001, v.1, 2001.

FRANÇA, Vera. A tv, a janela e a rua. In: FRANÇA, Vera. (org.). **Narrativas televisivas: Programas populares na TV**. Belo Horizonte: Autêntica, 2006, p.13-44.

_____. A televisão porosa – Traços e tendências. In: FREIRE FILHO, João. (org). **A TV em transição**. Porto Alegre: Sulina, 2009, p. 27-52.

FUNES, Lucila. La prensa como instrumento de poder. In: CEDOH, Centro de Documentación. **Honduras, prensa, poder y democracia**. Tegucigalpa, Honduras, 2002; Disponível em: [cap3.pdf \(clacso.edu.ar\)](http://clacso.edu.ar/cap3.pdf).

GAGLIETTI, Mauro; SALDANHA B, Márcia H. A questão da hibridez em Nestor Garcia Canclini. In: Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação da Região Sul, 8, 2007, Rio Grande do Sul. **Anais VIII Intercom**, Passo Fundo, 2007, p.1-11.

GOULART, Ana P.; SOUZA L. Bruno; GOMES, Itania. A historicidade dos processos comunicacionais elementos para uma abordagem. In: FERRAZ M, Christina; VARGAS, Herom; NICOLAU, Marcos (orgs). **Comunicação, mídias e temporalidades**, Salvador, Edufba, 2017, P. 36-54.

HJARVARD, Stig. Mídiação: conceituando a mudança social e cultural. **MATRIZES**. São Paulo, V. 8, n. 1, p. 21-44, jan./jun. 2014.

JOST, François. Tradução de Elizabeth Bastos Duarte, Maria Líia Dias de Castro e Vanessa Curvello. O que é a televisão? In: JOST, François. **Compreender a televisão**. Porto Alegre: Sulina, 2007, p.39-53.

_____. Tradução de Elizabeth Bastos Duarte, Maria Líia Dias de Castro e Vanessa Curvello. Programação. In: JOST, François. **Compreender a televisão**. Porto Alegre: Sulina, 2007, p.75-89.

KALIKOSKE, Andres. Televisão, Economia Política e Mercados Globais. Anais do XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Caxias do Sul, 2010, p. 1-15.

LA PASTINA, Antonio C.; STRAUBHAAR, Joseph D. **Multiple proximities between television genres and audiences: The Schism between Telenovelas' Global Distribution and Local Consumption**. London, editor: Sage publications, 2005.

_____. 60 Años de la TV en Honduras. Jornal, La Tribuna, Honduras, 2019. Disponível em: <https://www.latribuna.hn/2019/09/10/60-anos-de-la-tv-en-honduras/>. Acesso em: 16 nov.2019

LIMA, Mariana Marques de. **A permanência da grade de programação na TV aberta**. São Paulo, 2015. Dissertação (Mestrado) – Programa de Estudos Pós-Graduados em Comunicação e Semiótica / PEPG-COS, PUC-SP, São Paulo.

LOZANO, José Carlos. Consumo y apropiación de cine y TV extranjeros por audiencias en América Latina. **Revista Científica de Comunicación y Educación**, México, p. 67-78, 2007.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. **Dos meios às mediações: comunicação, cultura e Hegemonia**. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 1997.

MARTÍN-BARBERO, Jesús; REY, Germán. **Os exercícios do ver: hegemonia audiovisual e ficção televisiva**. São Paulo: Editora SENAC, 2001.

MARTÍN-BARBERO, Jesús; La comunicación en las transformaciones del campo cultural. **Revista Alteridades**, v.3, n. 5, 1993, p. 59-68.

MEJÍA, Thelma. Tv de monopolio y culto a la política. In: RINCON, Omar. (org). **Zapping TV: El paisaje de la tele latina**. Bogotá, Colombia: RINCON, Omar, 2013, p. 237-241.

_____. Periodismo-Honduras: Libre expresión vapuleada, MEJÍA, Thelma. **INTER PRESS SERVICE, Agencia de Notícias**, 2009. Disponível em: <http://www.ipsnoticias.net/2009/07/periodismo-honduras-libre-expresion-vapuleada/>. Acesso em: 25 Mar.2020.

MOYA Banegas, Marcio Francisco. **Breve historia de la TV y su desarrollo en el campo informativo hasta 1989**. 1992, Monografía (Licenciatura en Periodismo) – Escuela de Periodismo, Universidad Nacional Autónoma de Honduras, Tegucigalpa, Honduras, 1992.

_____. Asociación de televisión de Centroamérica y Panamá. **Opencorporates, base datos abierta del mundo empresarial**.2020. Disponível em: <https://opencorporates.com/companies/pa/261617>. Acesso em: 23 Mar.2020.

OROZCO, Guillermo; MILLER, Toby. La Televisión más allá de sí misma en América Latina. **Comun. soc**, Guadalajara , n. 30, p. 107-127, dic. 2017. Disponible en http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0188-252X2017000300107. accedido en 09 dic. 2020.

OROZCO Gómez, Guillermo. La mediación en juego. Televisión y cultura y audiencias. **Revista Comunicación y sociedad**. Programa Institucional de Investigación en Comunicación y Prácticas Sociales. Universidad Iberoamericana, num.10-11, septiembre-abril, 1991, p.107-128.

ORTIZ, Renato. Mundialización de la cultura. Convenio Andres Bello, Bogotá, 2004.

PINON, Juan. A multilayered transnational broadcasting television industry: The case of Latin America. **The International Communication Gazette**. New York, 76(3,) p. 211-236, 2014.

_____. Biografía de Jose Ramón Villeda Morales. Jornal, **RedHonduras.com**,2020. Disponível em: <https://redhonduras.com/personajes/ramon-villeda-morales/>. Acesso em: 27 oct. 2020.

RIBEIRO, Fernanda; BORINI, Felipe. Alianças globais na indústria cultural: as estratégias de cooperação e as empresas de mídia. **Revista Gestão e Planejamento**, n.9, Salvador, p. 40-52, 2004.

RINCON, Omar. **Narrativas mediáticas**. Primera edición, Barcelona: Editorial Gedisa, 2006.

ROCHA, Simone M. Os estudos culturais e a análise cultural da televisão: considerações teórico-metodológicas. **Rev. Interamericana de Comunicação Midiática**, Santa Maria, v.10, n.19, p. 1-20, 2011.

SALAMANCA R, Gedma A. **Do teleteatro às narco séries**: o gênero de teleficção colombiana. Dissertação [Mestrado em Comunicação] – Universidade Federal de Ouro Preto, Mariana, 2018.

SGORLA, Fabiane. Discutindo o processo de midiatização. **Revista Mediação Universidad FUMEC**. Belo Horizonte, v. 9, n. 08, p. 61-68, janeiro/junho de 2009.

SILVERSTONE, Roger. **Televisión y vida cotidiana**. 1ª edición, Buenos Aires: Amorrortu editores, 1996.

SINCLAIR, John. A transnacionalização de programas televisivos na região ibero-americana. **MATRIZES**, São Paulo, v.9, n.2, p. 63-77, 2014.

SOSA, Eugenio. Democracia, procesos electorales y movimientos sociales en Honduras. De la transición política al golpe de Estado. Universidad Nacional Autónoma de Honduras, Honduras. **Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales**, Buenos Aires,

Argentina V. VIII, n. 15, 2016. Disponível em:
<http://portal.amelica.org/ameli/jatsRepo/18/184010/html/index.html>.

STRAUBHAAR, Joseph. Beyond media imperialism: asymmetrical interdependence and culture proximity. In: **Critical Studies in Media Communication**. V.8, n.1, Michigan, 1991.

STASIAK, Daina; BARICHELLO, Eugenia RM. Mídia, identidades e cultura na contemporaneidade. **Revista Contemporânea**, Rio de Janeiro, v.5, n9. p. 108-112, 2007.

TAVARES, Frederico de Mello Brandão. Na cidade, o fotojornalismo; no fotojornalismo, belo horizonte. Dissertação [Mestrado em Comunicação Social]-Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2005.

TELEVICENTRO, tvccplay. Disponível em: <https://www.televicentro.com/tvccplay>.

THOMPSON, John B. **A mídia e a modernidade: uma teoria social da mídia**. Tradução de Wagner de Oliveira Brandão, revisão da tradução Leonardo Avritzer. Petrópolis, RJ: Vozes, 1998.

THOMPSON, John B. **O conceito da cultura**. In: Ideologia e cultura moderna: teoria social na era dos meios de comunicação de massa / John B. Thompson. 9. ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2011.

VARELA Osório, Guillermo. História de Honduras. Tegucigalpa, Honduras. 1 ed. Copycentro Douglas, 2005.

VASALLO de Lopes, Maria I; OROZCO G, Guillermo. O tema do ano: a transnacionalização da ficção televisiva nos países iberoamericanos. In: VASALLO de Lopes, Maria I; OROZCO G, Guillermo (org.). **Transnacionalização da ficção** televisiva nos países Ibero-Americanos, anuário OBITEL, Porto Alegre: Sulina, 2012, p. 74-86.

WAISBORD, Silvio. Understanding the global popularity of television formats. In: Television & new media. v. 5, n. 4, p. 359-383, 2004.

WILLIAMS, Raymond. **TELEVISÃO: Tecnologia e forma cultural**. Tradução Marcio Serelle; Mário F. I. Vigaggiano. – 1. ed. São Paulo: Boitempo, Belo Horizonte, MG: PUC Minas, 2016.

YÚDICE, George. **A conveniência da cultura: usos da cultura na era global**. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2006.

