

HUMOR RELIGIOSO NO AMBIENTE DIGITAL A PARTIR DE FORMATOS TELEVISIVOS: CANAL AMIGOS DA LUZ

Marcos Vinícius Meigre e Silva

Resumo: Este trabalho discute os usos do repertório televisivo que um canal de humor espírita adota em suas narrativas. Trata-se do Canal Amigos da Luz – Can.AL, com foco no espiritismo, a partir de dois vídeos que acionam traços de formatos consagrados pela televisão: o talk show e a telenovela. A partir da televisualidade (Rocha, 2019), procedendo a uma análise estilística (Butler, 2010) dos materiais, o texto revela uma decomposição das peças analisadas e pondera que a estratégia comunicativa de convocar repertórios do universo televisivo serve tanto a uma aproximação com públicos habituados ao audiovisual quanto a uma ironização do televisivo a partir da aplicação do humor para tratar de temas espinhosos ao religioso – como a figura do Diabo e as lógicas da reencarnação. Por fim, fica evidente que o digital reverencia o televisivo para garantir eficiência comunicativa e abordar temáticas complexas do âmbito religioso pelo viés humorístico.

Palavras-chave: Espiritismo. Religião. Televisão. Digital. Humor.

RELIGIOUS HUMOR IN THE DIGITAL ENVIRONMENT BASED ON TELEVISION FORMATS: CANAL AMIGOS DA LUZ

Abstract: This paper discusses the television techniques used by a spiritualist comedy channel in its narratives. It focuses on Canal Amigos da Luz – Can.AL, which focuses on spiritualism, based on two videos that draw on established television formats: the talk show and the telenovela. Based on televisuality (Rocha, 2019), proceeding with a stylistic analysis (Butler, 2010) of the materials, the text reveals a breakdown of the analysed pieces and considers that the communicative strategy of summoning repertoires from the television universe serves both to bring audiences accustomed to audiovisual media closer and to ironise television through the use of humour to address topics that are thorny for religion, such as the figure of the Devil and the logic of reincarnation. Finally, it is evident that digital media reveres television to ensure communicative efficiency and address complex religious themes through humour.

Keywords: Spiritism. Religion. Television. Digital. Humor.

HUMOR RELIGIOSO EN EL AMBIENTE DIGITAL A PARTIR DE FORMATOS TELEVISIVOS: CANAL AMIGOS DA LUZ

Resumen: Este trabajo analiza los recursos televisivos que utiliza un canal de humor espiritista en sus narrativas. Se trata del Canal Amigos da Luz – Can.AL, centrado en el espiritismo, a partir de dos videos que recurren a formatos consagrados por la televisión: el talk show y la telenovela. A partir de la televisualidad (Rocha, 2019), y procediendo a un análisis estilístico (Butler, 2010) de los materiales, el texto revela una descomposición de las piezas analizadas y considera que la estrategia comunicativa de recurrir a repertorios del universo televisivo sirve tanto para acercarse a públicos acostumbrados al audiovisual como para ironizar sobre lo televisivo a partir de la aplicación del humor para tratar temas espinosos para lo religioso, como la figura del Diablo y las lógicas de la reencarnación. Por último, queda claro que lo digital rinde homenaje a lo televisivo para garantizar la eficacia comunicativa y abordar temas complejos del ámbito religioso desde un punto de vista humorístico.

Palabras-clave: Espiritismo. Religión. Televisión. Digital. Humor.



1. INTRODUÇÃO

A presença da religião em meios digitais se consagrou como uma constante nos últimos anos e o processo de midiatização da religião (Martino, 2017) impulsionou adaptações do universo religioso para adequação a novos modos de interação com as audiências. Nesse sentido, o apelo ao drama e ao humor tornou-se uma ferramenta potencializada pela religião quando passa a operar no ambiente digital, mirando novos públicos e suas ritualidades de consumo.

Atento a essa especificidade e provocado a refletir quanto ao caso particular do Amigos da Luz – Can.ALⁱ, este trabalho se orienta pela seguinte indagação: Quais estratégias televisuais são adotadas por um canal de humor espírita a fim de apresentar figurações de sentido quanto à espiritualidade? Em termos metodológicos, procedo a uma análise da televisualidade a fim de avaliar os procedimentos estilísticos e socioculturais revelados pela materialidade das peças investigadas. Pondero, por fim, que a composição televisual dos vídeos do Amigos da Luz – Can.AL revela uma reverência ao universo televisivo na organização de suas materialidades audiovisuais, remetendo a imaginários consolidados por gêneros e formatos específicos da televisão aberta brasileira, tais como o *talk show* e a telenovela.

2. AMIGOS DA LUZ – CanAL

Amigos da Luz – Can.AL surgiu no Rio de Janeiro entre um grupo de amigos e iniciou suas atividades no Youtube em 6 de outubro de 2011, mas a vinculação entre espiritismo e humor ocorreu de fato a partir de 2015. Atualmente, somando-se os mais de 730 vídeos do canal, ele contabiliza

mais de 46 milhões de visualizações na rede de compartilhamento de vídeos. Ao todo, são mais de 445 mil inscritos acompanhando as produções do Amigos da Luz – Can.AL, que se define como “uma galera que acredita que o espiritismo e o humor podem andar de mãos dadas, trazendo reflexões profundas e muitas gargalhadas”. O tom cômico presente na descrição do CanAL sinaliza o tipo de abordagem adotada nas produções, de modo a valorizar uma comunicação pautada na leveza, objetividade e humor.

O Can.AL ainda se define como “um ambiente alegre, respeitoso e inclusivo, onde a diversidade é celebrada e cada um de nós pode aprender e crescer juntos, tanto nos estudos divertidos como nos vídeos rápidos que alegram a sua timeline”. Nesse sentido, Amigos da Luz propõe uma linha editorial orientada pela diversidade, reconhecendo a importância destes debates no âmbito social e religioso, sem perder de vista a pretensão de gerar harmonia por meio do humor. Por esta razão, o CanAL afirma que “Trabalhamos com carinho e dedicação, buscando sempre a excelência em cada detalhe, do roteiro à produção, tudo para oferecer um conteúdo que aqueça o coração e eleve o espírito”, o que demonstra clareza quanto às etapas de produção audiovisual, sempre com o norteador do humor em aliança à pretensão de elevação espiritual proporcionada pelo riso.

O Can.AL, nativo da plataforma YouTube, carrega linguagens e referências não só do ambiente digital, mas influências de outros meios, como a TV. Por esta razão, o objeto levou à adoção da televisualidade como procedimento investigativo, posto que o produto se revela como uma mescla e concretiza

a noção de que não existem meios originalmente puros, mas sim resultantes de porções combinadas de significações e linguagens distintas.

3. ANÁLISE DA TELEVISUALIDADE COMO PROCEDIMENTO TEÓRICO-METODOLÓGICO

Quando Brea (2005) buscou traçar um percurso em torno dos estudos cultural-visuais, tomou de empréstimo o pensamento teórico-reflexivo de Mieke Bal para, a partir da comparação com o universo religioso, delinear a emergência dos estudos focados na visualidade. Para o autor, assim como ocorreu com a religião enquanto prática cultural instituída socialmente, que se sistematizou na Teologia como disciplina dogmática e projetou um novo campo crítico (os estudos de religião), tal movimento também haveria ocorrido com as Artes que, tomadas como prática sociocultural, formalizaram a Estética como disciplina dogmática e promoveram a emergência do campo reflexivo dos estudos de Cultura Visual. No entanto, para Brea (2005, p. 7), é preciso extrapolar a comparação e apreender que estas investigações críticas se constituem como “estudos sobre a produção de significado cultural através da visualidade” (tradução minha).

A expansão a que se refere Brea (2005) superpõe a análise da visualidade ao campo do artístico sem descharacterizar os investimentos na área. Assim como os estudos cultural-religiosos não se resumem a análises do catolicismo, protestantismo ou espiritismo numa visada propagandística, os estudos da Cultura Visual são manifestações críticas que se ramificam para atender a diversos segmentos (artísticos, televisivos, publicitários etc.), entendidos num contexto sócio-histórico específico. Por isso, convocar a cultura visual como procedimento teórico para dela derivar o percurso metodológico deste trabalho envolve reconhecer o “problema imagem” e sua inscrição em estruturas de poder, de disputas simbólicas e atravessamentos

socioculturais que não podem ser tomados como naturalizados ou aprisionados pelo discursivo. Na expectativa de uma virada imagética, a área da comunicação visual entende que “[...] pensar o contexto histórico e local no qual estamos inseridos como parte de um universo cultural torna-se indispensável para qualquer análise que almeje aprofundar-se na compreensão de experiências visuais” (Sérvio, 2014, p. 199). É assim que a visualidade se consagrou como um campo de investigação pautado pela emergência do contextual para significar sentidos, conforme sintetizado por Knauss (2006, p. 108):

O campo de estudos da cultura visual pode ser definido, portanto, como o estudo das construções culturais da experiência visual na vida cotidiana, assim como nas mídias, representações e artes visuais.

A partir da derivação da visualidade e suas perspectivas teóricas que problematizam o posicionamento do campo imagético, convoco a televisualidade (Rocha, 2019) para adensar este percurso investigativo, entendendo a necessidade de se adotar metodologias capazes de lidar com a especificidade do objeto imagético. A análise da televisualidade se debruça sobre a especificidade do meio televisivo e seu *modus operandi* de construção de imagem, com base na articulação entre a visualidade e o estilo televisivo (Rocha, 2019).

Nessa combinatória de elementos, a televisualidade revela a impossibilidade de existência de meios intrinsecamente visuais, mas o entendimento de que todos os meios são resultantes de combinatórias em porções distintas de distintas linguagens e signos (Mitchell, 2005, 2009; Rocha, 2017). Ao pensar a televisualidade para aplicá-la a um objeto do meio digital, atento-me justamente para essa “impureza” dos meios e os usos indiscriminados de estéticas televisivas em novos ambientes de composição imagética. Além disso, as misturas entre meios também direcionam à compreensão de que o

fenômeno televisual se processa no intercurso com outras mediações e dinâmicas que lhe conformam os sentidos.

A televisualidade nos conduz a ver o que está fora do texto a partir da análise do que está dentro dele. Ela nos adverte para “duvidarmos” das *pictures*, para exigirmos dessas materialidades de modo a perceber os atravessamentos e o que precisa ser “sacudido” nos inúmeros processos de familiaridade e naturalização. (Rocha, 2016, p. 186).

Já o estilo televisivo, com o qual a visualidade se aglutina para compor a televisualidade, é um operador metodológico atento à combinação de imagem e som para reconhecer as figurações de sentido e funcionalidades de uma materialidade audiovisual. Por ser a “superfície de percepção” (Bordwell, 2008), o estilo convoca a procedimentos de atenção à porção com a qual o público se depara diante da tela. Para tal, Jeremy Butler (2010) se ancorou em contribuições de David Bordwell e, avançando sobre elas, estabeleceu guias normativas para aplicação metodológica do estilo televisivo.

Segundo Butler (2010), o estilo pode ser destrinchado em 4 passos: descrição, análise funcional, recuo histórico e apreciação avaliativa. Neste texto, procedo à descrição e análise funcional, posto que não estabeleço como recorte um conjunto historicamente situado de postagens do CanAL nem aciono parâmetros para julgamento da estética aplicada na materialidade. Ao acionar a descrição, oriento-me em Butler (2010), que sugere uma “engenharia invertida” para decomposição da peça televisual a fim de identificar os recursos estilísticos empregados e, após, proceder à análise funcional e reconhecer a quais intentos os recursos estilísticos estão atendendo, de modo a validar quais interesses comunicativos.

Partindo deste entendimento teórico-metodológico, selecionei dois exemplares do Amigos da Luz – Can.AL, nos quais a trama narrada convocava imaginários televisivos para construção de seu processo

comunicativo. Os vídeos são “Entrevista com o Diabo” e “Novela no plano espiritual”.

4. ANÁLISES DA MATERIALIDADE NO CANAL AMIGOS DA LUZ

Nesta seção, estão dispostas as análises obtidas a partir da investigação televisual das duas peças selecionadas para composição do *corpus*. São elas “Entrevista com o Diabo” e “Novela no plano espiritual”. As análises seguem os ritos da televisualidade, de modo que há uma decomposição estilística das peças audiovisuais para, a partir delas, reconhecer intencionalidades comunicativas atreladas à mensagem. Os dois vídeos selecionados foram elencados no conjunto de produções do Can.AL de forma aleatória, obedecendo ao requisito de se tratar de narrativas cuja premissa era misturar aspectos linguísticos de diferentes materialidades (digital e TV).

4.1 “Entrevista com o Diabo”

O vídeo “Entrevista com o Diabo” tem duração de 7 minutos e 12 segundos, foi originalmente postado no CanAL em 16 de março de 2019, acumulando mais de 420 mil visualizações. A descrição do vídeo no Can.AL afirma:

Entrevista EXCLUSIVA com ele: o Tinhoso, o Capiroto, o Pé-rachado, o Coisa-Ruim, o Sete-pele, o Fila-de-banco, o Linha-Vermelha-7h-da-manhã... Qual será a revelação BOMBÁSTICA que o Cramulhão veio fazer no nosso Talk Show?

A perfeição de Deus não condiz com a possibilidade de o diabo existir, pois um ser que é movido

totalmente pelo mal não pôde ter sido criado por Deus e burlado a marcha do progresso.

"A marcha não pode ser detida, mas [o homem] pode entravá-la algumas vezes", diz O Evangelho Segundo o Espiritismo.

Todo mal que existe é transitório, decorrente das nossas imperfeições, mas ele nunca nos afasta da misericórdia divina. Deus deixa ao homem a escolha do livre arbítrio. Isso é o amor de Deus na sua mais rica manifestação. (Amigos da Luz – CanAL).

A lista de nomes que abre o resumo postado no vídeo e serve para descrever a figura do Diabo revela o tom jocoso como o produto quer debater a pauta, além de estabelecer uma relação de surpresa com o espectador ao ponderar que haverá uma "revelação BOMBÁSTICA" no talk show simulado pelo Can.AL. Após o primeiro parágrafo convidativo ao humor, a descrição aciona explicações de cunho religioso e, distanciando-se do tom inicialmente cômico, passa a argumentar em prol da soberania e unicidade de Deus, bem como das razões para existência de males humanos. Categorizar que "A perfeição de Deus não condiz com a possibilidade de o diabo existir" denota que a figura diabólica apresentada em cena será, portanto, uma caricatura de um imaginário que não se sustenta dentro dos preceitos espíritas.

O vídeo começa com uma declaração do apresentador do talk show Can.AL. O homem, de terno preto, faz um breve discurso enquanto está de pé no meio do cenário para anunciar quem é o convidado da atração. À mesma lógica de outros programas do gênero, ele apresenta o histórico biográfico da personagem até culminar no anúncio do nome. Antes mesmo da revelação, tomando por base o *modus operandi* do gênero talk show, é possível considerar que se trata da presença de uma personalidade ilustre, posto que nestas atrações os sujeitos convidados a falar são celebridades, pessoas de

relevância no cenário midiático-artístico ou, por vezes, *experts* em temas de interesse coletivo. Logo em seguida, o apresentador faz a revelação:

Apresentador – Nosso convidado de hoje é conhecido por vários nomes: Capiroto, Tinhoso, Satã, Sete Peles, Fila de Banco, Linha Amarela às 7h da manhã. Temido por muitos, adorado por poucos e conhecido por todos. Afinal de contas, quem é esse convidado que chegou aqui e empesteou o nosso estúdio com esse cheiro de enxofre? É ele mesmo, o próprio. Vem pra cá, Chifrudo.

Ao anunciar o participante, ouvimos uma trilha instrumental, como se um grupo musical estivesse em estúdio dando as boas-vindas ao convidado, assim como os gritos e aplausos da plateia são ouvidos sem, no entanto, serem mostrados. Tais elementos remetem ao universo simbólico dos talk shows, que contam com bandas para anunciar convidados e demandam atuação da plateia para demonstrar aceitação do participante (aplaudido e ovacionado). No caso do talk show de Can.AL, banda e plateia são ficcionalizadas através de efeitos sonoros para evocar tais componentes, deixando evidente que o produto digital reconhece estas marcas como necessárias para caracterização de uma peça que queira ser um “talk show”.

O participante é recebido como estrela, personalidade destacada no contexto popular. Se “temido por muitos”, o temor não se aplica ao apresentador, que sorri e o abraça quando o convidado chega ao centro do estúdio. Entrevistador e entrevistado se abraçam ao centro do palco (Figura 1) e o apresentador do programa curva a perna direita para trás, numa alusão ao

gesto praticado por Danilo Gentili quando da abertura de seu *talk show* (*The Noite*, no SBT) ao cumprimentar os entrevistados (Figura 2).

Figuras 1 e 2 – A réplica do gesto com a perna na abertura de talk shows.



Fonte: Reprodução Youtube (Amigos da Luz/Canal SBT).

A produção do Can.AL faz referência ao programa de Gentili não só no gestual, com o levantar da perna e o cumprimento do convidado, mas também na inserção da trilha musical e dos sons de risos, que emergem na paisagem sonora em momento similar em ambas as atrações. Em termos de composição cenográfica, o estúdio do Talk Show Can.AL dispõe de uma tela iluminada na qual consta o nome do programa, na parte esquerda estão a bancada do apresentador e, à frente desta, uma cadeira para o entrevistado. A disposição destes objetos em cena é similar à do cenário de Gentili, com variações cromáticas e de posicionamento no estúdio. Dessa forma, permanece garantida a condição de proximidade para que se estabeleça uma conversação amistosa entre os envolvidos.

Após sentarem-se cada um em seu lugar, o apresentador busca alternativas para condicionar a proximidade com o entrevistado, questionando-o quanto ao modo como prefere ser chamado, e obtém como resposta: “Pode ser Diabo mesmo. Diabo é legal, é informal, popular”. Entre agradecimentos e sorrisos, entrevistador e entrevistado trocam elogios e saúdam a plateia, que não é mostrada, mas sinalizada por efeito sonoro de aplausos. A atuação dos atores, combinada aos recursos cenográficos, compõe a visualidade da atração em consonância com o imaginário cristalizado acerca do gênero *talk*

show: um de frente para o outro, canecas dispostas à mesa para cada falante, separados por uma mesa na qual está um apresentador que se orienta por fichas contendo o roteiro da entrevista. Além da referência ao atual programa de Danilo Gentili, a paródia remete a elementos consagrados de outros *talk shows*, como os apresentados por Jô Soares no SBT e TV Globo.

Neste tipo de atração, com foco assentado no humor, os entrevistadores costumam lançar piadas e comentários jocosos para aguçar a plateia e interagir com o convidado de maneira harmoniosa. Perguntas leves, ponderações simples e palpites engraçados sobre a vida privada do entrevistado figuram entre os aspectos preferidos nestas atrações. Por isso, os risos são uma constante em diversos momentos destes programas (Figuras 3-4). Todavia, enquanto o riso no cenário de Gentili e seus similares no gênero é resultado de interações leves, no caso de Amigos da Luz, poderia se esperar uma quebra de expectativas, posto que o imaginário circulante em torno da figura “Diabo” não envolveria ações de leveza, sorrisos e cumprimentos cordiais. Atende-se, portanto, a expectativas do gênero consagrado na TV, ao passo que as expectativas socioculturais da cosmovisão religiosa podem estar em contrassenso. No entanto, situar a produção num canal religioso baseado no viés humorístico gera na audiência a expectativa de que a conversa informal pode resultar em situações cômicas – numa abordagem que reposiciona o imaginário em torno do Diabo. Desde o início do bate-papo, antes mesmo da aparição em cena, a alusão ao Diabo

não se aproximava de tensões, mas tão somente de risos e aplausos satisfeitos.

Figuras 3 e 4 – Atuações e cenografia.



Fonte: Reprodução Youtube (Amigos da Luz/Canal SBT).

O Diabo interage de maneira harmoniosa com o entrevistador e não demonstra constrangimento ou recusas para dar declarações. Sempre regado por sorrisos, por vezes sarcásticos, o Diabo é a corporificação do pensamento cristão em torno de uma figura demoníaca, vingativa e perversa que se ocupa por perseguir os seres humanos e instigar a prática de erros de conduta. Em outras palavras: é tomado como o grande responsável pelo mal existente em sociedade, segundo determinadas correntes religiosas. Sobre tal figura do universo religioso, a cultura popular é permeada de relatos e mitologias quanto a sua composição. No vídeo do Can.AL, o Diabo surge como um ser vermelho, simbolizando a cor do fogo (o fogo do Inferno, espaço que ele habita e lidera dentro de algumas visões religiosas), dotado de chifres pontudos na testa e portando tridente que, simbolicamente, seria a ferramenta para ferir os humanos. Em termos de vestuário, o uso do terno preto confere elegância e sobriedade ao personagem, inclusive igualando-o ao apresentador que também se vale da mesma peça de roupa e, de certa

forma, o emprego deste figurino humaniza a personalidade entrevistada ao equipará-lo ao entrevistador.

Figura 5 – A materialização do Diabo.



Fonte: Reprodução Youtube (Amigos da Luz).

A produção em tom de paródia do Amigos da Luz – Can.AL evidencia não só a escolha do gênero televisivo *talk show* e suas balizas estruturantes como estratégia de comunicabilidade com seu público, mas também demarca o lugar da discussão religiosa a partir de um tom humorístico, enveredando debates espinhosos pelo viés cômico e, assim, tornando-se mais palatável e propício ao consumo do grande público. Se uma das intencionalidades comunicativas do Can.AL é ampliar o debate em torno das temáticas religiosas e permitir sua circulação entre grupos sociais distintos, a recorrência a imaginários populares ligados ao universo televisivo constitui-se numa ferramenta de apelo social legítimo. Valer-se do gênero televisivo *talk show* como estratégia comunicativa permitiu ao Can.AL fundar-se numa das entidades de maior penetração no seio social: a TV. Além disso, a associação entre televisão e religião demonstra a proeminência das matrizes culturais fundantes da sociedade latina e suas particularidades de desenvolvimento sociocultural, assentada em bases melodramáticas (Martín-

Barbero, 2013) capitaneadas pelo discurso televisivo e exploradas por ritualidades religiosas que se ancoraram no território da América Latina.

Retornando ao produto investigado, destaco que uma das características do *talk show* é a abertura da vida privada ao universo público, de modo que o entrevistado se deixa conhecer em detalhes e esmiúça questões de foro íntimo no espaço da televisão. Na atração em análise, elementos de ordem pessoal são questionados ao entrevistado, como quando o apresentador pergunta sobre a filha do Diabo, a Mentira, e como ela está, ao que recebe como resposta que “ela está bem, tá grande”. Outro momento de investimento na intimidade do convidado deu-se quando questionado se “sairia do armário”, logo revelando que tal gesto significava, na verdade, assumir-se como uma imaginação da mente humana, algo irreal. Com esta feita, a própria condução da narrativa humorística é interceptada pelo tom didático que se começa a observar na fala do Diabo. Nesta ocasião, o artifício do humor dá lugar ao teor instrucional de caráter religioso, explicitando a visão do espiritismo quanto a não existência da figura do Diabo.

Com a revelação, o Diabo esclarece que “Eu não existo, eu sou uma alegoria, eu sou obra da mente humana, eu sou uma caricatura inventada pelo homem pra personificar o mal. Pronto, falei”. A postura de ser o portador de uma revelação importante ao público também pode ser associada ao espaço do *talk show*, onde os entrevistados podem trazer informações relevantes com exclusividade, por isso são alçados como fontes para tais conversações.

A partir desta fala, o Diabo percorre um tom didático-instrucional para orientar o entrevistador (que se mostrou surpreso com a revelação) e o público sobre a concretude dos fatos, adotando metáforas e frases explicativas como “Imagine a seguinte situação” para tratar da inexistência de anjos e demônios. A argumentação prossegue até o apresentador indagar: “Então Deus existe?”, e o Diabo responde: “Claro, existe”. Após, o programa se

encaminha ao encerramento quando o apresentador questiona quem, de fato, está sendo entrevistado, já que o Diabo não existiria. A figura do Diabo, então, revela que se trata da imaginação do homem, que estaria naquele momento no meio de uma palestra espírita dormindo enquanto se estudava o livro *O céu e o inferno* – uma das obras básicas do espiritismo, organizada por Allan Kardec, considerado o codificador da doutrina espírita. O apresentador, surpreso, argumenta ser uma mentira, o que faz surgir em seu colo a “Mentira”, a filha do Diabo, caracterizada por um homem (um dos integrantes do elenco fixo do Can.AL). Depois de exibida a vinheta do Can.AL, o trecho final aparece em preto e branco, com um bate bola rápido em que o apresentador lança um termo para que o Diabo possa completar com um exemplar, tais como “Uma música” e a resposta, cômica, é “Ilariê, só que ao contrário” (referência a imaginários televisivos ligados a apresentadora Xuxa). Aqui, tem-se a referência à dinâmica do pingue-pongue, que remete também ao universo de programas de entrevistas, como o consagrado *De Frente com Gabi*, no SBT.

Em termos de expectativas da audiência, considerando-se o canal como um espaço de discussões espíritas, esta condução ao fim da narrativa reordena a peça audiovisual aos eixos doutrinários e atende aos anseios da possível camada da audiência adepta da religião espírita e simpatizantes. No entanto, tal qual o Can.AL se expõe como aberto a diálogos interreligiosos, a fala sobre a inexistência do Diabo pode causar rupturas com sentidos de crenças seguidos por outras correntes religiosas. Se para um segmento, a revelação bombástica apazigua a narrativa e lhe confere um desfecho coerente com princípios religiosos, para outros é a partir deste momento que se instaura uma fissura no argumento religioso posto em cena.

Os instrumentos estilísticos adotados ao longo do quadro remontam ao universo televisivo para ironizar a figura do Diabo a partir de uma ruptura de expectativas em tom jocoso. Com o objetivo de trazer uma revelação ao

público, a referência ao *talk show* se demonstrou eficiente em termos interativos porque se trata de um formato consagrado por dar abertura ao entrevistado e permitir que ele se posicione, mostre-se de forma autônoma e sincera, em meio às arguições do entrevistador. O arranjo estilístico, neste caso, apontou para a didatização da mensagem religiosa em concomitância com o teor humorístico. Ao acionar padrões televisivos, o produto digital se arregimenta num tom discursivo já popularizado entre audiências brasileiras, além de referendar e validar a pertinência destes formatos para a eficiência da comunicação com os públicos pretendidos. O formato de conversação, conduzido com leveza e possibilidade de revelações por parte do entrevistado em um *talk show*, se mostrou válido para a intencionalidade comunicativa do universo religioso aplicado ao digital.

4.2 “Novela no plano espiritual”

O segundo vídeo em análise é uma peça de 5 minutos de duração intitulada “Novela no plano espiritual”, que conta com mais de 242 mil visualizações. O vídeo traz uma curta descrição: “Se não aproveitamos as idas e vindas da reencarnação para resolver nossas desavenças com o outro, acabamos presos num ciclo que pode virar uma NOVELA MEXICANA sem fim!”. Na breve descrição, o discurso religioso apela à reencarnação como mecanismo para resolução de conflitos que, quando não solucionados, tornam-se tormentas que vão escalonando e adensando o entrave evolutivo. O traço humorístico desta descrição surge na referência às telenovelas mexicanas, tomando o formato como uma matriz de melodrama em alta escala.

A introdução do vídeo remete a uma abertura de telenovela com a apresentação do elenco. No caso em questão, há uma trilha sonora em espanhol enquanto os três personagens da trama são trazidos à cena com os geradores de caracteres que lhes demarcam a identidade. Trata-se dos

nomes fictícios (Loenita Masei, Alexio Montilover e Suenia Barbueza) que assumem ator e atrizes, e não dos nomes de seus personagens (que são, respectivamente, María González, Julio Martinez e Laurita Perillo). O fato de concentrar-se em apenas três personagens situa o terreno da trama num dos alicerces centrais do melodrama clássico: o casal romântico e a vilã que os impede de desfrutar o amor. Apresentados os personagens, a inscrição “Canoa da Reencarnação” surge em tela e indica o nome da telenovela, acompanhada da locução *off* que complementa: “Uma história de amor e vingança”.

A associação aos sentimentos básicos do melodrama (Martín-Barbero, 2013) de amor e vingança posiciona o enredo ficcional como chave de leitura interpretativa para o vídeo em análise. Carregando consigo heranças do melodrama clássico, da matriz folhetinesca francesa e da radionovela latino-americana, a telenovela consagrou-se como um dos gêneros de maior penetrabilidade no continente e conquistou espaços estratégicos no mercado internacional (Martín-Barbero, 2013).

É a partir da telenovela em sua concepção melodramática que o Can.AL propõe uma estratégia de comunicabilidade em que o reconhecimento da experiência televisual de antemão se ampare no gênero mais popular da América Latina: a telenovela. Desde as encenações, o melodrama sempre prezou pela comunicabilidade absoluta com os públicos, entregando-lhe esquemas representativos de assimilação inconteste dos papéis assumidos pelos personagens:

Os valores devem ser mostrados de maneira exemplar, corporificados (em personagens e/ou objetos) — a virtude e a vilania, o bem e o mal —, e, por isso, são apresentados nas ações dos personagens colocados em situações de limite, ações estas que devem estar submetidas a um olhar público

presentificado claramente na narrativa. (Baltar, 2019, p. 130).

Figuras 6, 7 e 8 – O elenco da novela na vinheta de abertura.



Fonte: Reprodução Amigos da Luz – Can.AL (Youtube).

Ao longo do vídeo, as encenações são exaltadas, os personagens exageram nas performances e a atuação no quadro é um dos recursos que mais se sobressai na encenação. A pantomima, o transbordamento das sensações através das atuações em tom elevado como caracterizadores do melodrama (Brooks, 1995) coaduna com as locuções que simulam um espanhol caricato e uma dublagem tal qual se tornou popular no consumo de telenovelas estrangeiras (notadamente as mexicanas) exibidas no Brasil. A dublagem e a referência verbalizada ao México (“Já não basta tudo o que nos fez sofrer na nossa última vida no México?”, declara a mocinha para a vilã) aludem à gigante produção televisiva oriunda daquele país, que, encabeçada pela Televisa, exporta telenovelas que há décadas são forte componente cultural da grade televisiva em diversos países de todo o mundo. No Brasil, é pelo

SBT que estas tramas ocupam inúmeras faixas horárias e historicamente consagraram à emissora uma identificação enquanto canal popular que, há décadas, ocupa sua grade horária com produções ficcionais oriundas do mercado televisivo mexicano.

Há ainda a aplicação de outro artifício que remete ao universo televisivo: em determinado instante da exibição, surge em tela, sem aviso prévio, uma propaganda da marca de cosméticos Jequiti, pertencente ao Grupo Silvio Santos. O efeito de inserção rápida na tela é o mesmo adotado pela emissora do Grupo, o SBT, ao longo de sua programação, que exibe *flashes* frequentes com a inscrição “Jequiti” sem qualquer interrupção programada ou sinalizada ao espectador. Este “susto” televisual tornou-se uma das marcas registradas do SBT e, aplicado no vídeo do Can.AL, torna inconteste a associação com o imaginário televisivo da emissora da família Abravanel.

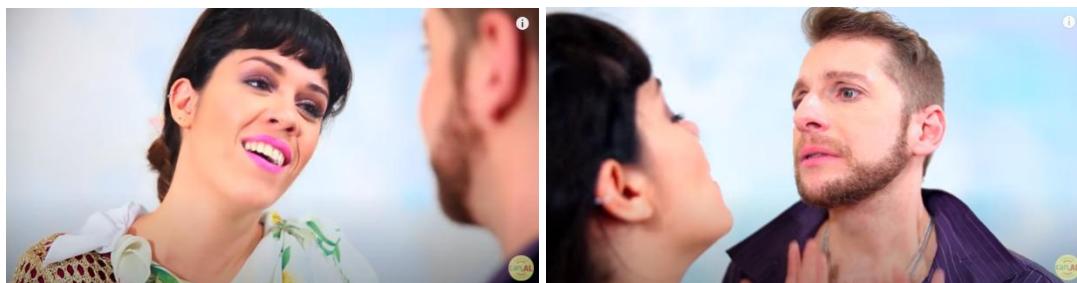
Já em termos de encenação, alude-se ao formato da telenovela mexicana e se apropria dos elementos característicos do gênero melodrama com a estratégia de provocar efeito de comicidade e, dessa forma, ridicularizar as lógicas de expressão típicas destas narrativas. As falas em tom elevado, até mesmo o posicionamento da língua (bastante exposta pelos personagens, colocando-a à mostra a cada fala), intencionam produzir um senso de ironia sobre o gênero mais consagrado no continente latino-americano.

Além disso, não restam dúvidas quanto aos papéis ocupados pelos agentes na versão irônico-cômica das novelas: a mocinha tem voz melosa, arrastada, se entrega aos braços do amado e anseia por um reencontro eterno; o mocinho responde às investidas da amada e pressiona a vilã para que os deixe em paz; e, por fim, a vilã é caricata, altamente demarcada por traços de fúria e falas intempestivas, tais como “Vocês nunca se livrarão de mim, nunca os deixarei em paz”, esbraveja a antagonista para os protagonistas do enredo. Os arquétipos melodramáticos (Martín-Barbero,

2013) estão modelados de maneira fiel aos esquemas estabelecidos pelo gênero e não deixam pairar qualquer dúvida sobre as impressões que o espectador deve criar em torno de cada atuante.

Ao tratar da história do melodrama, Thomasseau (2005) define-o como um gênero no qual prevalece a tipificação simplificadora dos personagens e uma *mise-en-scène* bastante movimentada a partir de regras bem delimitadas para manter a vinculação com o público espectador a partir dos exageros cênicos.

Figuras 9 e 10 – Os protagonistas da novela.



Fonte: Reprodução Amigos da Luz – Can.AL (Youtube).

Na caracterização, a blusa de manga longa, coberta por um lenço florido, ajuda a conformar o universo ameno e cordial da mocinha, enquanto o galã aparece com colares de prata e camisa meio aberta, com parte do peitoral à mostra. Já a vilã tem unhas vermelhas, batom em tom vermelho escuro, cabelos compridos ruivos, uma sombra fortemente carregada no olho e, por fim, um tapa-olho do lado esquerdo.

A indumentária peculiar remete ao universo da vilania clássica das tramas mexicanas quando, na década de 1980, a atriz María Rubio ficou famosa com a personagem Catarina Creel, em *Ambição* (nome dado à exibição veiculada pelo SBT; já no México, a trama se chamou *Cuna de Lobos*), por utilizar o adereço na composição visual da personagem antagonista, tornando-se um marco das telenovelas. O conjunto dos elementos de figurino e caracterização assentaram os imaginários em torno da funcionalidade de

cada personagem, de acordo com as expectativas sacralizadas pelo gênero a partir das produções mexicanas.

Figuras 11 e 12 – As vilãs de novela.



Fonte: Reproduções Youtube.

A retórica do excesso (Martín-Barbero, 1992, 2013) é outro anacronismo do melodrama, em que as encenações e elementos figurativos tendem ao exagero a partir da exacerbção de contrastes visuais e sonoros, bem como uma estrutura dramática de apelo aos sentimentos do público. A construção visual exacerbada da vilania em *Canoas da reencarnação* acaba por evocar efeitos de comicidade, dado o tom exaltado das feições e artefatos que compõem a personagem. Nessa linha, a personagem antagonista também assume uma funcionalidade do risível, quase alinhada à figura arquetípica do Bobo que, na operação simbólica do melodrama, é a responsável por adensar a carga cômica da narrativa, distanciando-o da tríade de personagens centrais em seus conchavos e proclames. No entanto, como a estratégia comunicativa primordial do vídeo (e do Can.AL como um todo) é

fazer rir, os traços deste arquétipo permeiam toda a estrutura narrativa encenada e sobrepõem aos papéis triádicos uma camada de comicidade.

O convite à expressividade dos corpos pode ser retomado de Linda Williams (1999), que tratou de considerar o melodrama como um gênero corpóreo e, assim, teceu o apelo ao visual a partir do movimento e mobilização dos corpos, dos que encenam e dos que assistem, estimulando sensorialidades. Trata-se do reconhecimento do excesso como elemento narrativo que diz de uma maneira de apreensão do mundo (Baltar, 2019), estabelecendo-se como uma matriz cultural (Martín-Barbero, 2013). Na visão de Brooks (1995), é justamente a condição de excesso que se delineia como o eixo estruturante da mobilização gerada pelo melodrama. A partir de uma economia reiterativa (Baltar, 2019), os excessos vão sendo replicados para atender ao gênero e suas expectativas de consumo.

A referência à telenovela se deve a este ser o principal produto ficcional da televisão brasileira há mais de 60 anos e em permanente evolução nas grades das emissoras. O Brasil se tornou um dos maiores mercados de produção e exportação de telenovelas, reconhecido mundialmente por suas obras (Hamburguer, 2011), além destas produções ficcionais terem representado historicamente um fenômeno de nacionalização, de construção dos relatos de nação (Lopes, 2009), fazendo com que a indústria televisiva atuasse no processo de integração nacional (Mattelart, Mattelart, 1989) e, assim, a telenovela se consagrou como fenômeno da cultura massiva entendido a partir das lógicas culturais de cada país (Martín-Barbero, 2013).

No contexto brasileiro, a telenovela vem pautando ao longo de sua história debates culturais e levantando na agenda midiática temáticas sociais de relevância e complexas caracterizações sobre a identidade nacional (Lopes, 2009). Seja no Brasil, no México ou outros países latinos onde a telenovela ocupa um espaço de proeminência cultural, em nossos territórios estas obras

apresentam códigos estilísticos combinados a tonalizações culturais (Mazziotti, 2006) que, de maneira eficaz, dizem das nossas diversidades socioculturais. No caso específico da telenovela brasileira, há ainda a caracterização das chamadas “telenovelas espíritas”, cujas produções acompanhamos e analisamos em diversos trabalhos (Silva, 2024, 2023, 2022, 2021, 2018), nos quais categorizamos estas obras como um conjunto de ficções seriadas televisivas que tomam por empréstimo o arcabouço teórico do espiritismo, em consonância com o imaginário cristão brasileiro, para solidificar narrativas espiritualistas.

Na estilística do vídeo da telenovela do Can.AL, as atuações que exageram nas expressões faciais, nos tons de fala e na construção estética das personagens convoca um imaginário sociocultural atrelado ao modelo de telenovela latina que nos conformou enquanto consumidores, acostumados a narrativas rocambolescas com mistérios, triângulos amorosos, luta do bem contra o mal e superação das mazelas pessoais.

Na operação simbólica dos personagens, tem-se uma caracterização da vilã e dos mocinhos a partir de arquétipos cristalizados pelo formato telenovela mexicana, com raízes melodramáticas mais alinhadas ao modelo clássico (enquanto a telenovela brasileira acessou tons realistas e naturalistas). Dentre as produções ficcionais latino-americanas, há diferenciações quanto às telenovelas brasileiras e mexicanas – ambas consagradas mundialmente. Enquanto as brasileiras ampliam arcos dramáticos e se amparam em inúmeras tramas paralelas, as mexicanas concentram-se fortemente no arco central romântico vinculado ao núcleo principal da obra (Costa, 2000).

Nesse sentido, a proposta comunicativa do vídeo envolveu a utilização de recursos estilísticos (como caracterização, atuações, encenação, trilha sonora) para privilegiar uma estratégia de comunicabilidade em que um dos principais objetos da cultura popular massiva (telenovela) fosse identificável,

ainda que pela leitura irônica a provocar o riso. Com esta proposta, a matriz simbólico-dramática (Sunkel, 2016) foi o elemento de contextualização necessário para a adesão de audiências habituadas a um repertório de ficção seriada ancorada nestes trejeitos ficcionais.

O vídeo se ampara nas diretrizes melodramáticas tipicamente estruturantes das telenovelas, mas pode gerar um processo de ruptura na interação comunicativa ao tecer como condição das personagens o pós-morte. Se na pequena paródia da telenovela os personagens agem com naturalidade ao debater ações cometidas durante a vida, na telenovela em geral esse debate não extrapola o nível do vivido – a não ser nas chamadas telenovelas espíritas, que há tempos se conformaram como um subgênero melodramático na ficção televisiva brasileira (Silva, 2023, 2017), permitindo a exploração de novos ordenamentos na ficcionalidade com a inserção do pós-morte nos eixos narrativos.

Na tessitura da narrativa de *Canoas da reencarnação*, tem-se um apelo explícito a identidades desconhecidas, que vão se revelando à medida que a trama adensa. Na conversação entre as personagens, suas biografias pretéritas vão emergindo conforme confessam imbróglios, planos e arranjos para combater inimigos. O trio de personagens, em vida pregressa, mantinha relações de desavença que desencadearam em conflitos e morte, o que lhes fez carregar as culpas para o pós-morte.

No jogo de confissões no chamado plano espiritual, os três personagens confessam más ações, descobrem atitudes dos outros que não imaginavam capazes de praticar e ainda propõem uma reconciliação, ao final, como forma de sanar os dramas criados por eles próprios e arrastados além-vida. Nesse sentido, todo o movimento da trama melodramática se resume ao trânsito do *des-conhecimento* ao *re-conhecimento* da identidade (Martín-Barbero, 1992, 2013) e, no caso de *Canoas da reencarnação*, são as identidades de vidas

passadas sendo reveladas para que, assim, consigam desatar empecilhos para alavancar seu curso existencial.

Identificar traços melodramáticos na estrutura narrativa de um conteúdo humorístico religioso na internet não só referenda a vigência do melodrama como também reforça sua capacidade de adaptação a diferentes formatos tecnológicos que não se reduzem a explicações puramente comerciais ou industriais. É preciso, antes, entender que, enquanto matriz cultural, o melodrama assume um estratégico papel de mediação entre os relatos populares e a espessura do popular-massivo (Martín-Barbero, 1992, 2013). No entanto, apesar do tom cômico, a utilização do melodrama folhetinesco das telenovelas como base para o vídeo de humor pode ter apelo condizente à moral religiosa, dada a própria história do gênero em que “tudo se encerrará com uma exortação ao povo, para estimulá-lo a conservar a moralidade, a detestar o crime e os tiranos” (Thomasseau, 2005, p. 27).

A imaginação melodramática como argumento de construção das peças divulgadas no canal de vídeos Amigos da Luz comprova a condição intermidial do melodrama (Herlinghaus, 2002) e sua capacidade de trânsito entre diferentes gêneros, formatos e suportes. Assim, faz-se cabível organizar enredos cuja ordem central é o embasamento melodramático como forma de aproximação a públicos já habituados ao consumo de narrativas com tais inscrições arquetípicas. Nesse caso, trata-se de uma associação não só pela linguagem que o ambiente televisivo permite explorar, mas

também ao imaginário religioso e suas adaptações para se fazer ouvido, problematizado e amplificado em novos terrenos linguísticos – como o digital.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Amigos da Luz – Can.AL se revelou como um exemplar de atualização da linguagem audiovisual que, atualmente, passa a ocupar novos espaços de materialização pelo digital, mas sem renunciar às demarcações estruturantes de outros meios – como a televisão. Partindo do pressuposto de que todos os meios são mistos (Mitchell, 2005), a televisualidade apontou para a convocatória explícita de instrumentais televisivos para a composição de narrativas digitais de cunho religioso. Para tal, acionou dois formatos amplamente consagrados no imaginário social brasileiro oriundos da televisão: o *talk show* e a telenovela. Assim, o Can.AL demonstrou reverência ao televisivo para construir suas peças digitais com apelo popular, atrelando o humorístico ao religioso.

No entanto, é importante frisar que esta estratégia de comunicabilidade (Martín-Barbero, 2013) demonstra que, em ambos os vídeos, os formatos televisivos foram acionados como forma de fazer rir, apelando a elementos que, em certa medida, ridicularizam os produtos (tais como as marcas melodramáticas das telenovelas mexicanas). Esse mecanismo não só demonstra também uma visão sobre o universo televisivo de efeito cômico em determinados formatos, como também revela a intencionalidade de dominar e domar tais formatos para se fazerem cabíveis aos propósitos comunicativos do digital.

A convocatória de formatos televisivos para integrar relatos narrativos em ambientes de redes sociais como o Youtube serve a dois movimentos: aderência a estruturas já conhecidas e de domínio do público (os gêneros

televisivos *talk show* e telenovela, amplamente populares na cultura televisiva); e expansão intermidial dos relatos, que migram de um suporte midiático a outro (da TV para internet), sem abandonar traços típicos de sua conformação. A religião e o humor funcionam como molas propulsoras para o trabalho com narrativas arquitetadas para ironizar e, ao mesmo tempo, exaltar os formatos televisivos com os quais as audiências são familiarizadas. Por fim, vale destacar que não se trata de uma generalização dos usos acionados pelo digital, tampouco do próprio produto investigado. Teceu-se aqui uma reflexão quanto aos novos usos do digital para debater pautas

religiosas num ambiente marcado por referências tanto religiosas quanto televisivas e que, hoje, passam a ocupar o espaço do digital.

REFERÊNCIAS

BALTAR, Mariana. **Realidade Lacrimosa**: o melodramático no documentário brasileiro contemporâneo. Niterói: EDUFF, 2019.

BORDWELL, David. **Figuras traçadas na luz**: a encenação no cinema. Campinas: Papirus, 2008.

BREA, José Luis. Los estudios visuales: por una epistemología política de la visualidad. In: Brea, José Luis (Ed.). **Estudios Visuales**: La epistemología de la visualidad en la era de la globalización. Madrid: Akal Estudios Visuales, 2005.

BROOKS, Peter. **The melodramatic imagination**: Balzac, Henry James, Melodrama, and the Mode of Excess. New Haven and London: Yale University Press, 1995.

BUTLER, Jeremy. **Television style**. New York: Routledge, 2010.

CANAL AMIGOS DA LUZ. Disponível em <https://www.youtube.com/channel/UCYatoBIRirWhMrgjTK0b6Pg>. Acesso em 31 ago. 2025.

COSTA, Cristiane. **Eu compro esta mulher**: romance e consumo nas telenovelas brasileiras e mexicanas. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editora, 2000.

HAMBURGER, Ester. Telenovelas e interpretações do Brasil. **Lua Nova: Revista de Cultura e Política**, v. 1, n. 82, 2011, p. 61-86.

HERLINGHAUS, Hermann. La imaginación melodramática. Rasgos intermediales y heterogéneos de una categoría precaria. In: **Narraciones anacrónicas de la modernidad**. Melodrama y intermedialidad en América Latina. Santiago: Editorial Cuarto Propio, 2002.

KNAUSS, Paulo. O desafio de fazer História com imagens: arte e cultura visual. **Revista ArtCultura**, v. 8, n. 12, Uberlândia, 2006.

LOPES, Maria Immacolata Vassallo de. Telenovela como recurso comunicativo. **Matrizes**, v.3, n.1, 2009, p. 21-47.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. El proyecto: producción, composición y usos del melodrama televisivo. In: MARTÍN-BARBERO, Jesús; MUÑOZ, Sonia. (coords.).

Televisión y melodrama: géneros y lecturas de la telenovela en Colombia. Bogotá: Tercer Mundo Editores, 1992, pp. 19-37.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. **Dos meios às mediações:** Comunicação, cultura e hegemonia. Tradução de Ronald Polito e Sérgio Alcides. 5. ed. Rio de Janeiro: UFRJ, 2013.

MARTINO, Luis Mauro Sá. Midiatização da religião e secularização: pensando as práticas religiosas no ambiente das mídias. **Paulus**, v.1, n.1, 2017, p. 97-108.

MATTELART, Michèle; MATTELART, Armand. **O Carnaval das Imagens:** a ficção na televisão. São Paulo: Brasiliense, 1989.

MAZZIOTTI, Nora. **Telenovela:** Industria y Prácticas Sociales. Buenos Aires: Grupo Editorial Norma, 2006.

MITCHELL, William John Thomas. No existen medios visuales. In: BREA, José Luis (ed.). **Estudios visuales.** La epistemología de la visualidad en la era de la globalización. Madrid: Akal, 2005, p. 17-25.

MITCHELL, William John Thomas. **Teoría de la imagen:** ensayos sobre representación. Madri: Ediciones Akal, 2009.

ROCHA, Simone Maria. Os visual studies e uma proposta de análise para as (tele)visualidades. **Significação: Revista de cultura audiovisual**, v. 44, p. 179-200, 2016.

ROCHA, Simone Maria. Estudios visuales y estilo televisivo: porque no existen médios puramente visuales. **Chasqui – Revista Latinoamericana de Comunicación**, n 135, ago-nov 2017, p. 297-316.

ROCHA, Simone Maria. Análise da Televisualidade e Proposições Sobre o Regime Estético Televisivo. In: ROCHA, Simone Maria; FERRARAZ, Rogério (eds.). **Análise da Ficção Televisiva:** Metodologias e Práticas. p. 27-51. Florianópolis: Insular, 2019.

SILVA, Marcos Vinicius Meigre e. “Quem é você?": a construção televisual da mediunidade em personagens de telenovelas espíritas. **Revista Eco-pós**, v.27, n.3, 2024, p. 424-448.

SILVA, Marcos Vinicius Meigre e. “Que Deus é esse?": os sentidos de divindade em telenovelas espíritas. **Galáxia**, v.48, 2023. p. 1-20.

SILVA, Marcos Vinicius Meigre e. Televisualidades da matriz religiosa espiritualista brasileira: uma análise estilística das telenovelas espíritas. 2022. 263f. **Tese**

(Doutorado em Comunicação Social) – Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2022.

SILVA, Marcos Vinicius Meigre e. A história de um subgênero ficcional: uma proposta de mapeamento das telenovelas espíritas. **Revista de Estudos Universitários – REU**, v. 47, n. 2, p. 319-339, 2021.

SILVA, Marcos Vinicius Meigre e. Televisualidades da matriz religiosa espírita na telenovela brasileira. **Extraprensa**, v. 12, n. 1, jul./dez. 2018. p. 98-115.

SÉRVIO, Pablo. O que estudam os estudos de cultura visual? **Revista Digital do LAV**, v. 7, n. 2, p. 196-215, maio-agosto, 2014.

SUNKEL, Guillermo. **Razón y Pasión en la prensa popular**. Santiago: El Buen Aire S.A, 2 ed. 2016.

THOMASSEAU, Jean-Marie. **O melodrama**. São Paulo, Editora Perspectiva, 2005.

WILLIAMS, Linda. Film Bodies: Gender, Genre and Excess. In: THORNHAM, S. (ed.). **Feminist Film Theory**. A reader. New York: New York University Press, 1999.

SOBRE O AUTOR:

Marcos Vinícius Meigre e Silva

Professor Assistente da Universidade Federal do Sul e Sudeste do Pará (Unifesspa), no curso de Jornalismo - campus Rondon do Pará. Doutor e mestre em Comunicação Social pela Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG). Bacharel em Comunicação Social/Jornalismo pela Universidade Federal de Viçosa (UFV).

Orcid: <https://orcid.org/0000-0002-8956-5547>

E-mail: marcosmeigre@gmail.com

Artigo recebido em: 6 nov. 2025. | **Artigo aprovado em:** 3 dez. 2025.

ⁱ A grafia Can.AL é adotada oficialmente por Amigos da Luz, numa alusão às palavras que integram seu nome oficial. Portanto, neste texto, sempre que houver referência ao nome do Canal, ele será grafado seguindo o formato instituído pelo perfil do Amigos da Luz.