

GÊNEROS E FORMATOS: A WEB COMO ESPAÇO LEGITIMADO DA FOLKCOMUNICAÇÃO*

*Maria Cristina Gobbi***

RESUMO

O estudo sobre a folkcomunicação foi um dos principais legados de Luiz Beltrão em sua batalha para conscientizar os estudantes de jornalismo quanto à comunicação coletiva e seus múltiplos desdobramentos. A atualidade da pesquisa desse pioneiro tem despertado o interesse de diversos grupos, não só no Brasil, mas também na América Latina e em países europeus. Se, por um lado, a rapidez da sociedade da informação possibilita a criação cotidiana de “um mundo novo” de informações, com a oferta cada vez mais veloz de conhecimento, por outro ele exige que toda essa gama de dados que circulam pelas “infovias” comunicacionais faça parte do cotidiano das pessoas quase em tempo real. Este ultimato insere-se no mundo do trabalho, do lazer, da economia, da política, da cultura em uma aparente cobrança da inserção do indivíduo nesse contexto. Este tem sido um dos motes principais de articulação da Rede (GOBBI, 2006). A pesquisa que estamos realizando busca conhecer, mapear, sistematizar os dados que estão sendo disponibilizados na rede mundial sobre a Folkcomunicação, tratando mais especificamente da folkcomunicação icônica (formato funerário) e folkcomunicação cinética (formato rito de passagem), conforme definiu o professor José Marques de Melo em seu trabalho sobre gêneros e formatos folkcomunicacionais: aproximação taxionômica. Utilizando

* Trabalho apresentado na XV Conferência Brasileira de Folkcomunicação - Festas juninas na era digital: da roça à rede, Campina Grande – PB, 06 a 08 de junho de 2012, GT: Morfologia da Folkcomunicação: Gêneros e Formatos. Relato de Experiência. Enviado para publicação da Revista Internacional de Folkcomunicação.

** Pós-doutora pelo Prolam-USP (Universidade de São Paulo – Brasil), doutora em Comunicação pela Universidade Metodista de São Paulo (Unesp). Vice-coordenadora e professora do Programa de Pós-Graduação Televisão Digital da Unesp de Bauru. Professora do Programa de Pós-Graduação da mesma instituição. Coordenadora do Grupo de Pesquisa Pensamento Comunicacional Latino-Americano e Comunicação Digital e Interfaces Culturais na América, do CNPq. Diretora administrativa da Sociocom e representante da Rede Folkcom. E-mail: mcgobbi@terra.com.br; mcgobbi@faac.unesp.br

pesquisa bibliográfica e documental, a análise objetiva verificar quais tipos estão presentes, se há outros formatos e quais são eles.

Palavras-chave: Folkcomunicação – Luiz Beltrão – pesquisa em comunicação – América Latina – gêneros e formatos.

ABSTRACT

The study of folk communication was a major legacy of Luis Beltrão in his battle to educate Journalism students about the collective communication and its multiple ramifications. The topicality of this pioneer's research has piqued the interest of many groups, not only in Brazil but also in Latin America and in European countries. If, on the one hand, the speed of the information society enables the everyday creation of "a new world" of information, with an increasingly rapid supply of knowledge, on the other hand it requires that the whole range of data exchanged by the "information highways" is part of everyday life almost in real time. This ultimatum is part of the world of work, leisure, economy, politics, culture in an apparent demand that the individual is inserted that context. This has been one of the main mottos of the Network's articulation (GOBBI, 2006). The research we are conducting is seeking to know, map, and systematize the data that is being made available on the worldwide web on folk communication, dealing more specifically with the iconic folk communication (funeral format) and kinetic folk communication (rite of passage format), as defined by Professor José Marques Melo in his work about folk communicational genres and formats: a taxonomic approach. Through literature and desk research, this study aims at verifying what types are present, if there are other formats and what formats are these.

Keywords: folk communication – Luis Beltrão – research in communication – Latin America – genres and formats.

INTRODUÇÃO: DESAFIOS PERMANENTES

O século XXI emerge sob o signo da globalização acelerada. Na esfera político-econômica, os encontros anuais de Davos e Porto Alegre ofereceram nítidas evidências desse processo "mundializador". Agentes da economia internacionalizada e militantes políticos antiglobais reuniram-se para explicitar suas teses e antíteses. Trata-se, contudo, de eventos e *performances* que se esgotam no imaginário das elites, diante dos quais as camadas populares agem como meros espectadores midiáticos. Sem apreender-lhes o sentido, os cidadãos comuns que habitam os subúrbios ou grotões das sociedades nacionais terminam por alijar de sua vida cotidiana a retórica dessas manifestações periódicas (MARQUES DE MELO, 2002).

Há, contudo, como afação Marques de Melo (2002) no mesmo texto, outra dimensão do fenômeno, nem sempre perceptível a olho nu, mas que repercute intensamente nas conversações familiares, projeta-se nos grupos de

vizinhança e acaba sendo incorporada ao universo simbólico das comunidades periféricas. Trata-se do mosaico cultural que a mídia globalizada enseja diariamente, rompendo o isolamento social em que os cidadãos comuns viveram até recentemente. Costumes, tradições, gestos e comportamentos de outros povos, próximos ou distantes, circulam amplamente na “aldeia global”. Da mesma forma, padrões culturais que pareciam sepultados na memória nacional, regional ou local ressuscitam profusamente, facilitando a interação entre gerações diferentes, permitindo o resgate de celebrações, ritos ou festas aparentemente condenados ao esquecimento.

Esse torvelinho cultural que antagoniza, compara, distingue e mescla símbolos de diferentes nações, regiões, cidades, bairros e povoados constitui expressão contumaz daquela riqueza do folclore midiaticizado, dimensionado com perspicácia na teoria folkcomunicação formulada na tese de doutorado de Luiz Beltrão (1967)¹. Trata-se, em verdade, nesta conjuntura de sedimentação da “sociedade digital”, de sequência histórica daquele episódio que Marshal McLuhan explorou com argúcia e astúcia em seu livro de estreia *The mechanical bride* (1951).

Esse foi o cenário desenhado pelo professor Marques de Melo (2002) quando propôs uma classificação dos gêneros e formatos folkcomunicacionais. Na verdade, o mestre, mais uma vez, desafia-nos ao trabalho da pesquisa, trazendo o ponto de partida e clamando para que as novas gerações possam revisar e ampliar criticamente os estudos de Luiz Beltrão e as teorias e metodologias por ele desenvolvidas na década de 1960.

FOLKCOMUNICAÇÃO: UM CAMPO DE FUTURO

Embora os processos de globalização evidenciem mecanismos que explicitam as questões nacionais e/ou globais em defesas de teses e antíteses que, muitas vezes, priorizam os processos midiáticos destinados às elites, as camadas mais populares buscam formas comuns de representação de sua vida cotidiana nos vários espaços comunicacionais, quer sejam mediados, ou não.

O que percebemos, na atualidade, é uma busca, nem sempre perceptível para os menos atentos, de ações que evidenciam costumes, credos e outras formas de participação e representação social que estão presentes em manifestações diversificadas e que repercutem intensamente nas camadas mais populares. São as formas culturais de um orbe específico, mas não individual. Incorporadas ao universo simbólico das comunidades periféricas, formam um mosaico de revelações singulares, mas não únicas. Essas manifestações culturais rompem o isolamento social a que comunidades inteiras

¹ Esta obra foi publicada pela coleção Comunicação da EDIPUCRS, Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2001.

são submetidas por conta da chamada globalização. É nesse cenário que as manifestações locais – que permeiam as diferenças regionais – eclodem com implicações sociais, econômicas, políticas e culturais, surgindo, assim, revelações de cultura nacional como um produto derivado das diferenças histórico-geográfico-culturais.

Por outro lado, a busca de respostas para questões que abrigam as diferenças entre as localidades e os constantes desafios de se constituir um espaço mais ou menos homogêneo tem elevado a possibilidade de ações conjuntas e complementares, não só nas áreas econômica e política, mas cultural, tanto locais quanto regionais. O desafio desta transformação tem permitido ultrapassar as próprias fronteiras regionais e nacionais, visualizando um conjunto global de atividades, predominando o sentimento de cooperação e de integração regional. Uma prova real dessas ações pode ser observada nessa pesquisa, que reuniu estudiosos de todo o Brasil, buscando conhecer os múltiplos cenários de produção e de estudos na área da folkcomunicação.

As pesquisas na área têm passado por diversos períodos que, além de singulares, revelaram particularidades histórico-culturais. Muitas vezes inseridas em movimentos políticos, econômicos e sociais, não perdem de foco o respeito pelas singularidades culturais da região. Embora carregadas de vieses que assimilam o passado e buscam reconstruir a própria identidade, as manifestações culturais nacionais têm travado um duelo pela recuperação do *ethos* nacional.

A revisão crítica da folkcomunicação, acerbada da busca de conhecimento atualizado sobre os processos de mediações culturais e comunicativos, tem exigido de pesquisadores oriundos das mais diversas áreas do conhecimento uma nítida aproximação com as demandas emergenciais desse campo do conhecimento, buscando superar os desafios teórico-metodológicos dos estudos sobre a cultura popular. Um exemplo desse empenho é a última conferência, realizada na cidade de Juiz de Fora, em Minas Gerais, que também celebrou os 40 anos de publicação da obra *Comunicação e folclore* (1971), de Luiz Beltrão, e as 13 conferências já realizadas, desafiando a comunidade científica participante a uma releitura da obra seminal do mestre.

O desenvolvimento da pesquisa na área, caracterizado pela atuação coletiva, embora fortemente influenciado por personalidades-instituições, está dando lugar a uma comunidade científica composta por jovens pesquisadores que vêm atuando de forma sintonizada com as demandas locais, fortalecendo, desta forma, nossa singularidade cultural.

Essa busca na assimilação de conteúdos tem permitido a identificação crítica de teorias e metodologias indispensáveis à produção e difusão cultural. Esse intercâmbio entre a práxis e os modelos teóricos tem permitido a

difusão e a consolidação do conhecimento sobre cultura nacional, não só no Brasil, como também no exterior.

Um grande desafio tem sido a busca de modelos teórico-metodológicos comuns, capazes de fomentar a especificidade do campo e de seus objetos de estudo, sem, contudo, abandonar a identidade cultural e a autonomia científica. Essas novas matrizes não têm a pretensão de criar uma ciência universal, mas de permitir o estudo das culturas que, multifacetadas e complexas, não podem ser reduzidas a dimensões meramente instrumentais.

Nesse sentido, esse texto procura evidenciar parte significativa da produção em folkcomunicação que tem sido periodicamente submetida à comunidade acadêmica, não só nacional, mas internacional, no espaço da *web*, tratando, especificamente, da classificação de gêneros e formatos proposta por Marques de Melo, com referência à folkcomunicação icônica, formato funerário, e os vários tipos incorporados nesse gênero.

Os estudos de folkcomunicação² estão ligados diretamente à trajetória desenvolvida pelo professor Luiz Beltrão. Primeiro doutor em comunicação no Brasil, sua tese sobre folkcomunicação foi defendida em 1967, na Universidade de Brasília, embora seu título só tenha sido reconhecido 14 anos mais tarde.

Seu pioneirismo no tratamento das teorias da comunicação, levando em conta as tradições populares, definiu as linhas mestras de interpretação de uma ciência já conhecida e difundida. Beltrão analisava a comunicação popular como manifestação própria dentro de um determinado grupo cultural.

Sua perspicácia distingue a folkcomunicação como um potencial estratégico para o diálogo com as classes marginalizadas e não apenas como “objeto de curiosidade, de análise mais ou menos romântica e literária” (BELTRÃO, 2004).

A atualidade dos estudos desse pioneiro tem suscitado diversos grupos de pesquisa, não só no Brasil, mas em outros países da América Latina e Europa. Também tem estimulado a investigação em várias frentes, e essa, que apresentamos agora, é resultado de um desses aportes.

² Situado entre o folclore (resgate e interpretação da cultura popular) e a comunicação de massa (difusão de símbolos através dos veículos mecânicos ou eletrônicos destinados a audiências anônimas, heterogêneas e dispersas). Se o folclore compreende formas interpessoais ou grupais de manifestação cultural protagonizadas pelas classes subalternas, a folkcomunicação caracteriza-se pela utilização de meios artesanais de difusão simbólica para expressar em linguagem popular mensagens previamente veiculadas pela indústria cultural. Esta era, pelo menos, a compreensão original de Luiz Beltrão, que a situava como processo de intermediação entre a cultura das elites (erudita ou massiva) e a cultura das classes trabalhadoras (rurais e suburbanas) ou dos marginalizados (grupos mantidos econômica, social e culturalmente à margem das instituições hegemônicas) (MARQUES DE MELO, 1998, p. 1).

Assim, esta pesquisa visa, a partir do legado beltraniano e da classificação de gêneros e formatos folkcomunicacionais proposta por José Marques de Melo, observar como esses dados estão sendo apresentados, disponibilizados e consumidos no espaço da *web*. Os primeiros resultados foram apresentados durante a conferência de Folkcomunicação, em sua décima quinta edição, ocorrida no ano de 2012, em Minas Gerais, no grupo de trabalho “Morfologia da Folkcomunicação: Gêneros e Formatos”. Porém, para essa publicação optamos por atualizar os dados, trazendo as observações do ano de 2013.

CONCEITOS E TERMOS: ANÁLISES REALIZADAS

O professor José Marques de Melo (2005), no texto *Gêneros e formatos folkcomunicacionais: aproximação taxionômica*, apresentado na VIII Conferência Brasileira de Folkcomunicação, ocorrida na cidade de Teresina, Piauí, no Centro de Ensino Unificado de Teresina (Ceut), entre os dias 9 e 11 de junho de 2005, deixou-nos um desafio para verificar empiricamente como os tipos folkcomunicacionais estão sendo tratados, especialmente no espaço da internet.

Para promover o estudo, Marques de Melo partiu das pesquisas realizadas pela professora Samantha Castelo Branco (2005) e definiu que a categoria³ Folkcomunicação teria quatro gêneros⁴: *folkcomunicação oral* (canal auditivo/códigos verbal/musical); *folkcomunicação visual* (canal ótico/códigos linguístico/pictórico); *folkcomunicação icônica* (canais ótico/tátil/códigos estético/funcional) e *folkcomunicação cinética* (múltiplos canais/códigos gestual/plástico). Estes, por sua vez, estão divididos em formatos⁵, e cada formato teria seu tipo⁶.

Assim, para essa pesquisa específica vamos analisar as contribuições da *folkcomunicação icônica*, formato “funerário”, tipos: “coroas”, “lápides”, “mortalhas”, “túmulos” e também da *folkcomunicação cinética*, formato “rito de passagem”, tipo: “velório”. É fundamental mencionar que se trata de um primeiro ensaio, no qual estamos buscando verificar se, de fato, os gêneros e formatos folkcomunicacionais fazem-se presentes no espaço da *web*, e qual a medida dessa contribuição. Nosso principal desafio foi o de estimular a nova geração de pesquisadores para estudos mais aprofundados sobre essa temática.

³ Categoria: conjunto de manifestações simbólicas determinadas pela combinação do canal e da audiência. Definição de Marques de Melo (2005, p. 1).

⁴ Gênero: forma de expressão determinada pela combinação de canal e código. Definição de Marques de Melo (2005, p. 1).

⁵ Formato: estratégia de difusão simbólica determinada pela combinação de intenções (emissor) e de motivações (receptor). Definição de Marques de Melo (2005, p. 1).

⁶ Tipo: variação estratégica determinada pelas opções simbólicas do emissor, bem como por fatores residuais ou aleatórios típicos da recepção. Definição de Marques de Melo (2005, p. 1).

Para os primeiros resultados partimos de uma pesquisa simples no Google. Em *folkcomunicação icônica*, Formato: *Funerário*, Tipos: Coroas, Lápides, Mortalhas, Túmulos, encontramos:

Quadro 1 - Folkcomunicação icônica, Formato Funerário

Tipos	Qtde. de aparições
Coroas	8.000.000 (0,19 segundos)
Lápides	232.000 (0,35 segundos)
Mortalhas	292.000 (0,15 segundos)
Túmulos	613.000 (0,37 segundos)

Fonte: Pesquisadora, 2013

É interessante observar que quando a pesquisa é feita utilizando a palavra “funerário” aparece 1.420.000 vezes (0,38 segundos), mas o resultado aponta diversas nuances em que essa expressão pode derivar, tais como: serviço funerário, portal de notícias, significados da palavra, plano funerário, portais públicos, direito, empregos, acidentes, música, tradições, livros (como o tratado de direito funerário), cursos, filmes, convênios, cemitérios, seguros entre outros, em uma mescla de notícias, notas, prestação de serviço, piadas, imagens etc.

Depurando um pouco mais a pesquisa no Google, observamos que ela deriva três subtermos: “direito”, “agente” e “seguro”. Assim,

Quadro 2 - Folkcomunicação icônica, formato funerário

Subtipos	Qtde. de aparições
Direito	336.000 (0,38 segundos)
Agente	338.000 (0,46 segundos)
Seguro	2.180.000 (0,15 segundos)

Fonte: Pesquisadora, 2013

Para o termo “funerário-direito” a principal nuance são livros e textos que tratam do assunto. O termo “funerário-agente” está relacionado com empregos, direitos, salários, resultados de pesquisas. Finalmente, o termo “funerário-seguro”, trata de seguro de vida, plano funeral e seguro funeral.

O que ficou mais evidente é que o termo, quando pesquisado, traz muita informação sobre prestação de serviço, ajudando com esclarecimentos de como e onde fazer um funeral; como agir no caso de morte etc. Assim, a primeira impressão é que, para um entendimento mais amplo do gênero,

seria necessário, talvez, resgatar os estudos sobre gênero jornalístico do professor Marques de Melo e categorizar nas subdivisões de informativo, opinativo, incluindo a parte de educação e de publicidade. Para exemplificar os tipos de assuntos que estão disponibilizados nessa primeira incursão ao tema, selecionamos dois artigos.

Figura 1 – O caixão e a decoração utilizando o símbolo time de futebol Corinthians.

Corinthians lança plano funerário com direito a caixão alvinegro e hino em velório

17/10/2013 - 03h30, por BERNARDO ITRI - DO PAINEL FC e

RAFAEL VALENTE - DE SÃO PAULO – *Folha de S. Paulo*

Marcos Paulo Cabral de Lima, 39, já imagina seu funeral: caixão preto e branco, bandeiras do Corinthians sendo entregues a parentes e amigos, fotos suas em jogos do time expostas no telão e, ao fundo, o hino alvinegro tocado por um violinista. “Tudo na minha vida tem ligação com o Corinthians”, conta. Vendedor ambulante da zona leste de São Paulo, ele resolveu que seu sepultamento também precisa levar a marca do time. Lima – conforme a notícia –, “foi um dos primeiros a aderir a um plano funerário recém-lançado pelo Corinthians. O clube fez parceria com a empresa Memorial para oferecer aos torcedores um funeral alvinegro”.

O plano “Corinthians para Sempre” custa R\$ 27 mensais para uma pessoa e R\$ 35 para uma família corintiana. Inclui, entre outros, carro funerário com símbolos do Corinthians, caixão preto e branco e mesa para expor ao lado do caixão lembranças alvinegras.

“Queria mesmo era que meu corpo fosse levado para o cemitério no meu Fusca do Corinthians, mas não cabe”, brinca o vendedor, dono de um carro repleto de autógrafos dos jogadores.

Na tradicional coroa de flores dos velórios, as folhas são verdes, certo? Não no funeral corintiano. Ali, nada é verde para evitar remissão ao Palmeiras. As folhas, portanto, são pretas e brancas.

Mais de 30 pessoas já aderiram ao plano, que rende ao Corinthians 7% de *royalties* sobre as vendas. Mas esse é apenas o primeiro passo de um projeto mais amplo. Também em parceria com a Memorial, o clube planeja lançar um cemitério exclusivo para corintianos. Não há data para o lançamento. “Só clubes muito populares, como o Corinthians e o Boca Juniors, conseguem ter um cemitério”, diz Luiz Alberto Bussab, diretor jurídico do clube. O time argentino já tem um, assim como o Schalke 04, da Alemanha.



Figura 2 – Salas individuais do hotel onde ficam os cadáveres, conservados em caixões refrigerados, aguardando vaga nos cemitérios ou crematórios.

Conheça o hotel japonês apenas para pessoas mortas

Data de publicação: 14 de janeiro de 2013

Agora, no Japão, os mortos podem ir para um hotel antes de ir para o cemitério. Se você já está achando isso estranho, vai se impressionar ainda mais sabendo que realmente existe um hotel muito luxuoso destinado apenas para cadáveres. Lá, os conhecidos do morto podem entrar e esperar até a hora da cremação com todo o conforto.

O hotel, chamado de Lastel, é dirigido por Hisayoshi Teramura e parece com qualquer outro edifício visto de fora. Tanto que não é incomum que jovens achem que é um hotel normal e peçam alojamento. Mas o hotel está longe de ser um lugar para amantes ou viajantes cansados. Ele é destinado apenas para quem já fez sua saída definitiva deste mundo.

O Japão necessita de locais como esse hotel, pois existe um tempo de espera de pelo menos quatro dias para um crematório. Com um total de 1,2 milhões de mortes no país em 2010, a taxa de mortalidade anual é de 0,95%, enquanto a média global é de apenas 0,84%.



Os japoneses aparentemente tendem a fazer alarde com funerais, comprando as melhores flores, caixões e serviços de memorial. Por isso, parece que Hisayoshi Teramura encontrou uma ótima oportunidade de negócio na área da morte.

Os cadáveres armazenados no hotel são colocados em caixões refrigerados que custam até 12 mil ienes (aproximadamente 280 reais). Eles ficam lá até que haja uma vaga disponível em um dos sobrecarregados crematórios da cidade.

Aparentemente, a entrada neste negócio não é tão difícil, pois não existem qualificações ou licenças obrigatórias. Um escritório e um telefone podem ser o suficiente para começar. Teramura tem planos para expandir. Ele quer construir seu segundo hotel, que será ainda maior, capaz de armazenar até 40 corpos. Seus vizinhos, no entanto, nem ao menos devem suspeitar que eles dormem todas as noites ao lado de dezenas de cadáveres.

Fonte: CONHEÇA O HOTEL JAPONÊS, 2013

Como pode ser observado, é uma mescla de mito, rito, magia, esporte, entretenimento, sátira, prestação de serviço, publicidade etc. Assim, dando continuidade aos tipos propostos na pesquisa inicial do professor Marques de Melo, encontramos:

Tipo Coroas

Figura 3 - Floriculturas de Brasília se desdobraram para atender aos pedidos por coroas de flores.

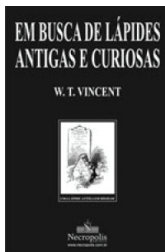


Foto: Rafael Alencar/PR

O resultado apontou dentistas (coroas e pontes), cidades (Três Coroas – RS), sensualidade (idosos) etc., oferecendo pouca relação com o gênero pesquisado. Deste modo, depuramos a pesquisa para: “coroas de flores”, e foram encontradas 4.080.000 (0,23 segundos) inserções, e “coroas fúnebres”, com 2.420.000 (0,63 segundos). Novamente, há uma variedade de subtemas que são tratados dentro do tipo “coroas”, por exemplo: como fazer uma coroa de flores, imagens de coroas de flores, notícias sobre ações do estado para concorrência de coroas de flores que serão enviados pelo Poder Executivo nacional aos mortos importantes, frases para se colocar em coroas etc., aproximando os resultados, mais uma vez, de notícia ou mesmo de prestação de serviço.

Tipo Lápides

Figura 4 – Livro da Editora Necrópolis, lançado em 2008, com tradução de Orlando F Santini

Curiosidade sobre um livro Sinopse – Livro “Em busca de lápides antigas e curiosas” - W T Vincent Há muitos livros sobre tumbas e centenas sobre epitáfios. Porém, não há registros de lápides antigas, curiosas e geralmente grotescas de cemitérios. Essas lápides pertencem ao passado e se decompõem rapidamente. Dentro de um ou dois séculos, não haverá mais nenhuma, a menos que sejam conservadas em museus. Preservar as que ainda existem parece ser uma tarefa árdua.	
---	--

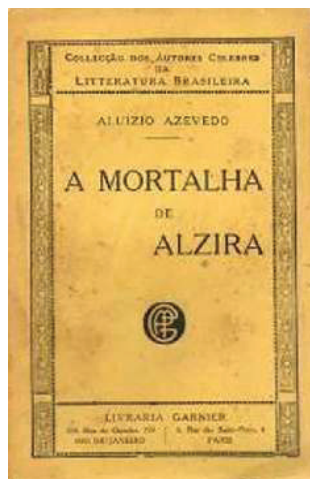
Fonte: SKOOB, 2014.

A pesquisa a esse tipo não foi diferente. Foram encontrados 232.000 resultados (0,35 segundos). O que ficou evidente, neste caso, é a quantidade de imagens em uma tentativa, muitas vezes, de mostrar as originalidades de muitos túmulos.

Depurando um pouco mais a pesquisa, observamos que há uma quantidade significativa de contribuições que estão distribuídas em: lápides engraçadas, lápides frases, lápides eternas, lápides para túmulos, frases para lápides de cemitério, frases para lápides de túmulos, dizeres lápides, frases bíblicas para lápides. Novamente, aparecem de forma representativa nos conteúdos: a prestação de serviço, planos familiares, notícias sobre lápides de artistas etc. Observamos que o tipo “lápide” está muito relacionado também com jazigo, azulejos para lápides e placas póstumas, sendo, portanto, derivações do termo.

Tipo Mortalha

Figura 5 – Capa do livro de Aluísio Azevedo, gênero romance, lançado em 1894



Fonte: ABL, 2014

É importante reforçar que para o tipo “mortalha” a pesquisa deve ser feita com o termo no plural e no singular, pois apresenta resultados diferentes. Assim, nas pesquisas relacionadas a “mortalhas” (plural) encontramos aproximadamente 292.000 resultados (0,15 segundos) e estes estão relacionados aos subtipos: mortalhas vivas, mortalhas smoking, mortalhas de celulose, mortalhas significado, mortalhas carnaval, mortalhas wiki, mortalhas dicionário.

Para a pesquisa relacionada a “mortalha” (singular) são aproximadamente 230.000 inserções em 0,37 segundos, com subdivisão em: mortalha significado, mortalha da noite, mortalha para uma enfermeira, mortalha carnaval, lenda rasga mortalha, canto rasga mortalha, rasga mortalha Wikipédia, pássaro rasga mortalha. Assim, o tipo pode assumir muitas derivações. Grande parte do material relacionado ao formato “funerário”, com o tipo “mortalha(s)” obtido na pesquisa realizada em dezembro de 2013, apresentou relação com notícias, poesias, desenhos e prestação de serviços, como mostruários de mortalhas.

Tipo Túmulo

Figura 6 – Imagem de túmulo restaurado⁷



Fonte: TÚMULO DOS DOIS IRMÃOS, 2014.

Também no caso do tipo “túmulo”, a pesquisa deve ser feita com a palavra no singular e no plural, pois há muitas variações. Assim, foram encontrados na observação relacionada a túmulos: túmulos egípcios, túmulos dos faraós, túmulos dos papas, túmulos mais visitados do mundo, túmulos no vale dos reis, túmulos violados, túmulos e templos. Houve aproximadamente 613.000 resultados (0,28 segundos).

Para as pesquisas relacionadas a “túmulo” (singular), foram encontrados: túmulo de Jesus, túmulo de Lênin, túmulo do papa ao vivo, túmulo dos vagalumes download, túmulo do soldado desconhecido, túmulo do rei mau-solo, túmulo dos vagalumes, túmulo vazio, com aproximadamente 1.330.000 resultados (0,30 segundos).

É necessário atentar para as derivações, como mausoléu(s) e templos da morte. O material encontrado também varia entre notícias, imagens, filmes, livros, exemplos de túmulos famosos, de santos, significado da palavra, prestação de serviço etc. Esse resultado igualmente reforça que parte significativa do material disponibilizado está relacionada com acontecimento do cotidiano ou mesmo com a prestação de serviço.

Assim, nessa primeira incursão percebemos que os tipos encontrados não estão somente na folkcomunicação icônica, no formato “funerário”. Mas o desafio proposto pelo professor Marques era também procurar a presença dos tipos em outras categorias, gêneros e formatos. Portanto, no que tange

⁷ Esse “túmulo” tem uma história curiosa. A lápide fica na cidade de Sintra, Portugal, no caminho entre Sintra e S. Pedro, do lado direito da estrada, em frente um campo de futebol. A designação “Dois Irmãos” foi dada “segundo a lenda, ao fato de aí estarem sepultados dois irmãos, tendo um deles, sem o saber e movido pelos ciúmes, assassinado o outro, suicidando-se a seguir, após conhecer a identidade da vítima. Tal como a maioria das lendas, esta pouco ficará a dever à realidade, pois a abertura do túmulo no início do século XVIII revelou a existência de apenas um corpo que, segundo as teses mais plausíveis, embora incomprovadas, pertencerá a D. Luís Coutinho, Bispo de Viseu, mais tarde de Coimbra e depois de Lisboa, e que teria falecido em Sintra, vítima de lepra, em meados do século XV”. (TÚMULO DOS DOIS IRMÃOS, 2002, p. 1).

ao icônico há uma quantidade bastante representativa de material em todos os subtipos elencados na pesquisa pioneira de Marques de Melo. Porém, é imperioso reforçar que os resultados quantificados podem ser categorizados também em folkcomunicação oral, visual e/ou cinética.

Finalmente, fazendo a última análise proposta, que é a da *folkcomunicação cinética*, formato: *rito de passagem*, tipo: *velório* encontramos diversos resultados. Assim sendo, os resultados relacionados a “velório”, palavra no singular, estão também: velório athia, origem do velório, sonhar com velório, velório wando, velório carneiro, velório vando, fotos do velório de Hebe Camargo, velório de Hebe Camargo ao vivo, resultando em aproximadamente 1.860.000 inserções (0,28 segundos). Ou seja, uma quantidade bastante considerável de tipos que podem ser investigados, ampliando as possibilidades de análises preliminares realizadas a partir da classificação proposta pelo professor José Marques de Melo.

Pesquisas relacionadas a “velórios”, palavra no plural, forneceram 559.000 resultados (0,24 segundos): velórios ribeirão preto, velórios de famosos, velórios virtuais, velórios estranhos, fotos de velórios. Os conteúdos variam em casa do velório, velórios especiais, velórios temáticos, emoção, lendas urbanas, luto, imagens diversas, dia de finados etc. É interessante observar que também há vários tipos que são utilizados. O que mais nos chamou a atenção foram os velórios virtuais. Na *web* há diversas notícias sobre isso, mas a que consideramos mais interessante foi escrita pela jornalista Carolina Garcia/Ig São Paulo, que informa: “Com câmeras, cerimônias podem ser acompanhadas em tempo real na web”. Também de acordo com a matéria, “o internauta que estiver assistindo ao *evento*⁸ ainda pode encaminhar suas condolências à família por um endereço de e-mail. O velório virtual surgiu como uma oportunidade de levar aquele momento aos outros parentes que estão longe”. Assim, para receber o benefício, pelo menos na cidade de São José dos Campos, no interior de São Paulo, é necessário que a família autorize a transmissão das imagens. “O serviço é gratuito. Atualmente, a cidade conta com uma taxa de 340 óbitos mensais em uma população de 650 mil habitantes” (GARCIA, 2013a).

Outro serviço interessante foi a criação e o desenvolvimento de um banco de dados onde a população pode realizar consulta *on-line* de espaços em cemitérios e jazigos. Para aqueles que não têm acesso à internet, o serviço disponibiliza 16 *tablets* nos cemitérios municipais. O pioneirismo é, também, da Urbanizadora Municipal (Urbam) de São José dos Campos, no interior de São Paulo.

⁸ Grifo nosso. O velório considerado um evento.

Figura 7 - Mapa do Cemitério Colônia Paraíso, em São José dos Campos, com as marcações das sepulturas



Fonte GARCIA, 2013b

A matéria, além disso, informa que o próximo passo será a criação do conceito de *street view* dentro do cemitério. “Acredito que poderíamos tirar essa visão pesada. Um lugar rico em história tem o potencial de ser um *ponto turístico e de reflexão*⁹.” Ainda não há, no entanto, uma estimativa de quando o projeto será finalizado. “É delicado porque significa mudar uma parte da cultura de como lidamos com a morte. Hoje o brasileiro evita o assunto” (GARCIA, 2013b).

Outro dado que consideramos interessante na observação é que há outros tipos importantes relacionados ao formato “velório”, como: crematório, videodança, seitas, aspectos legais, músicas, custos, lembranças, preparação hospitalar, maquiagem, exumação, ritos, significado de sonhos, velório de artistas, fotos etc.

Dando continuidade à proposta do professor José Marques de Melo, pesquisando o Formato *rito de passagem*, também encontramos vários subtipos. Assim, encontramos: rito de passagem indígena, rito de passagem no islamismo, rito de passagem maçônica, exemplo de rito de passagem, ritos de passagens, ritos de passagem engenheiros, ritos de passagem cifra, com aproximadamente 794.000 resultados (0,69 segundos). Na busca a “ritos de passagem”, no plural, encontra-se: ritos de passagem de morte, ritos de passagem na adolescência, ritos de passagem indígenas, ritos religiosos, ritos de passagem casamento, ritos de passagem do judaísmo, ritos de passagem do hinduísmo, ritos de passagem engenheiros, com aproximadamente 487.000 resultados (0,71 segundos).

⁹ Grifo nosso. Cemitério como espaço para turismo.

Depurando ainda um pouco mais, e fazendo a pesquisa relacionada a “ritos de passagem de morte”, estão: ritos de passagem indígenas, ritos de passagens de morte, a morte na visão coletiva do Oriente, ritos de passagem na adolescência, ritos de passagem engenheiros, quanto aos ritos de passagem é correto afirmar, ritos de passagem do hinduísmo e tipos de ritos de passagem, com aproximadamente 1.280.000 resultados (0,46 segundos). Os resultados também apontam para outros tipos, como: custos, lembrancinhas, arte fúnebre, capela para velórios, certidão de óbito, ossuário, urnas, urnas especiais, gaveta, exumação, restos mortais, meio ambiente, papa defuntos, defunto etc.

Nessa mescla de folkcomunicação associada a formatos diversificados que representam a morte em suas várias simbologias culturais, foram localizados dois temas que nos chamaram a atenção. O primeiro é a possibilidade de fazer um diamante a partir das cinzas de mortos e a outra são as possibilidades de se fazer retratos e esculturas dos mortos ou mesmo de peças ou animais que eles tenham gostado, também a partir das cinzas.

Figura 8 - Diâmetro das pedras pode variar entre 3,8 a 6,5 milímetros de diâmetro



Foto: Alessa Flores/Divulgação/Agência Buena

É um mercado bem lucrativo. Para se ter uma ideia, o serviço de transformar cinza em diamante é oferecido por um crematório de Porto Alegre. A lembrança custa a partir de R\$ 33,2 mil e pode chegar até R\$ 121,3 mil. “A tecnologia desenvolvida em um laboratório na Suíça gera pedras com características únicas de coloração, que variam de acordo com os elementos químicos encontrados nos restos cremados.” (G1, 2013)

Chamado Diamante *In Memoriam*, o procedimento leva de 18 a 52 semanas para chegar até as mãos dos familiares. São utilizadas aproximadamente 500 gramas dos dois a cinco quilos de cinzas ou restos queimados. De acordo com a matéria, “o restante das cinzas permanece intocado e junto aos familiares”. A cor da joia varia de acordo com os elementos químicos dos restos cremados; assim cada diamante é uma peça única (CARNEIRO; BITTENCOURT, 2013).

Também fomos verificar a opinião dos internautas, nos comentários abaixo da matéria e encontramos opiniões como: “Eremita - Até isso é inflacionado nesse país, na Europa o mesmo serviço sai entre 2 mil e 13 mil dólares”; “Anderson Marques - Vou fazer isso com minha sogra amanhã; difícil vai ser convencer minha mulher a botar fogo nela dormindo!!!!”; “Flamarion Almeida - piem de moribim” etc.

Quanto à possibilidade de fazer retratos e esculturas, tendo inclusive ocorrido uma exposição de quadros, a matéria informa que a morte tida como “inspiração artística adquire uma dimensão radical na exposição *Grave Robber* (*Ladrão de Túmulos*, em tradução livre), em que o pintor tcheco Roman Týc usa cinzas de pessoas como matéria-prima para criar retratos. A mostra ficou em cartaz até 25 de novembro na galeria Dvorak Sec Contemporary de Praga, conta com 19 quadros criados com a técnica da autotipia, na qual resinas translúcidas ficam impregnadas com as cinzas para permitir que se veja o contorno e os traços dos rostos. A técnica era bastante utilizada pelo pai da pop art, Andy Warhol – mas ele não usava cinzas” (CINZAS DE MORTOS, 2011).

A notícia ainda informa que o artista recolhe as cinzas depois da cremação, sendo utilizadas as sobras que não cabem nas urnas. Os modelos foram inspirados “em fotos reais de mortos tiradas dos mesmos cemitérios e crematórios onde o artista obteve as cinzas” (CINZAS DE MORTOS, 2011).

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O que percebemos nessa breve análise, é um mercado bastante concorrido em diversas regiões, indo desde o enterro convencional até a transformação de cinzas em esculturas, quadros, joias, diamantes e até envio à lua, e o velório transforma-se em evento social. Há uma variação nos tipos de enterros, podendo, inclusive, os restos mortais serem enviados à lua. Também há um grupo de ecologistas que defende a cremação como forma de preservação do meio ambiente.

Há serviços especiais (velório, cremação, enterro) com preços acessíveis, informam a parte publicitária dos múltiplos anúncios. Por exemplo, há uma empresa, a Celestis, dos Estados Unidos “especializada em voos espaciais memoriais e que tem parceria com a agência espacial Nasa. Conseguíamos oferecer esse serviço aqui no Brasil por aproximadamente R\$ 13 mil. Hoje é possível enviar as cinzas ao espaço por menos de R\$ 4 mil. E já temos uma pessoa interessada, uma viúva cujo marido era um apaixonado por as-

Figura 9 - Tela feita com cinzas de mortos, do artista tcheco Roman Týc (Gustavo Monge/EFE)



Fonte: CINZAS DE MORTOS, 2011.

tronomia”, conta a matéria da revista *Ideias* número 128 e do *Jornal Gazeta do Povo*, entre outros. “Os parentes recebem um convite para o evento, caso desejem participar, porém as despesas de viagem não estão incluídas no pacote. Todo o lançamento é gravado em vídeo, que pode ser assistido depois.” (FUKUSHIMA, 2013).

Existe a possibilidade de o velório transformar-se em espetáculo, em “um anfiteatro à meia-luz, com poltronas largas e aconchegantes. No telão suspenso, a projeção de imagens de uma vida que chegou ao fim. Acompanhada da narração marcante do mestre de cerimônias, a falar sobre as características do falecido e tudo que fez em vida. À frente, o palco vira altar, com o esquife posto ao centro. A comoção é geral. Ao fim do vídeo, uma chuva de pétalas cai sobre o morto e a cortina do palco se fecha. Este é o *grand finale*. É a releitura do ritual fúnebre. O funeral passa a ser um verdadeiro evento social de despedida”. (FUKUSHIMA, 2013)

Há também aqueles que preferem cerimônias regadas a *whisky* e *rock’n’roll*, ou mesmo que o defunto esteja em pé durante o velório, entre outras curiosidades ligadas ao rito da morte, evidenciando uma mudança cultural na sociedade.

Diante dessa diversidade, fica o desafio para que as novas gerações possam empreender uma grande pesquisa, objetivando classificar a folkcomunicação em seus múltiplos formatos, gêneros e tipos. Assim, quem sabe, poderemos fazer análises mais densas e apropriadas sobre essa manifestação, especificamente trabalhando com a cultura da morte que, embora ainda seja um mito em algumas civilizações ocidentais, está mudando, como foi observado nesse breve relato.

Sem dúvida podemos afirmar que a *web* hoje se constitui em espaço legítimo das e para as manifestações da folkcomunicação. Cabe agora aos pesquisadores documentar isso com pesquisas que possam aliar a teoria da folkcomunicação com a prática, trazendo novos olhares, descobrindo outras possibilidades.

REFERÊNCIAS

ABL. Acadêmica Brasileira de Letras. Disponível em: <<http://www.academia.org.br/abl/cgi/cgilua.exe/sys/start.htm?infoid=102&sid=106>> . Acesso em: fev 2014.

BELTRÃO, L. **Folkcomunicação**: um estudo dos agentes e dos meios populares de informação de fatos e expressão de ideias. 1967. Tese (Doutorado em Comunicação) – Universidade de Brasília, Brasília, DF.

_____. **Comunicação e folclore**. São Paulo: Melhoramentos, 1971.

_____. **Folkcomunicação**: a comunicação dos marginalizados. São Paulo: Cortez, 1980. p. 259-279.

_____. **Folkcomunicação: teoria e metodologia.** São Bernardo do Campo: Umesp, 2004.

_____. Folkcomunicação patrimônio da Lusofonia. In: **Revista Imprensa**, Coluna: Campus, p. 66, ed. 172 de jun. 2002.

BENJAMIN, R. **Folkcomunicação na sociedade contemporânea.** Porto Alegre: Comissão Gaúcha de Folclore, 2004.

CARNEIRO, E. **A Sabedoria popular.** Rio de Janeiro: Ministério da Educação e Cultura/ Instituto Nacional do Livro, 1957.

CARNEIRO, L.; BITTENCOURT, D. Diamante feito a partir de cinzas de mortos pode custar até R\$ 121 mil. G1/Meu Negócio, Meu Emprego. 28 nov. 2013. Disponível em: <http://g1.globo.com/rs/rio-grande-do-sul/meu-negocio-meu-emprego/noticia/2013/11/diamante-feito-partir-de-cinzas-de-mortos-pode-custar-ate-r-121-mil.html>. Acesso em: dez. 2013.

CASTELO BRANCO, S. Metodologia folkcomunicação: teoria e prática. In: DUARTE, J.; BARROS, A. (Orgs.). **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação.** São Paulo: Atlas, 2005. p. 110-124.

CINZAS DE MORTOS são usadas por artista em exposição em Praga. Veja (on-line). Celebidades. 3 dez. 2011. Disponível em: <http://veja.abril.com.br/noticia/celebidades/cinzas-de-mortos-sao-usadas-por-artista-em-exposicao-em-praga>. Acesso em: dez. 2013.

COCHRANE, A. Global worlds and worlds of difference. In: ANDERSON, J.; BROOK, C.; COCHRANE, A. (Eds.). **A global world.** New York: Oxford University, 1995. p. 249-280.

CONHEÇA O HOTEL JAPONÊS apenas para pessoas mortas. Mundo Funerário. 14 jan. 2013. Disponível em: <http://www.mundofunerario.com.br/artigos/conheca-o-hotel-japones- apenas-para-pessoas-mortas/>. Acesso em: dez. 2013.

FUKUSHIMA, Karen. **Morri. E agora?** In: Revista Ideias: Política, Economia & Cultura do Paraná. Ed. 128, 23/09/2011. Disponível em: <http://revistaideias.com.br/ideias/materia/morri-e-agora>. Acesso em: fev. 2014.

G1. Portal G1. Disponível em: <http://m.g1.globo.com/rs/rio-grande-do-sul/meu-negocio-meu-emprego/noticia/2013/11/diamante-feito-partir-de-cinzas-de-mortos-pode-custar-ate-r-121-mil.html>. Acesso em: fev. 2014.

GARCIA, C. Velório virtual e sepultura on-line modernizam funerária em São Paulo. Ig/Último Segundo. 1 nov. 2013a. Disponível em: <http://ultimosegundo.ig.com.br/brasil/sp/2013-11-01/velorio-virtual-e-sepultura-on-line-modernizam-funeraria-em-sao-paulo.html>. Acesso em: dez. 2013.

_____. Velório virtual e sepultura on-line modernizam funerária em São Paulo. Ig/Último Segundo. 1 nov. 2013b. Disponível em: <http://ultimosegundo.ig.com.br/brasil/sp/2013-11-01/velorio-virtual-e-sepultura-on-line-modernizam-funeraria-em-sao-paulo.html>. Acesso em: dez. 2013.

GOBBI, M. C. Portal Luiz Beltrão: vidas paralelas. **Anuário Unesco/Metodista**, São Bernardo do Campo, n. 10, 2006.

GRAMSCI, A. History of the subaltern classes: methodological criteria. In: MATTELART, A.; SIEGELAUB, S. (Orgs.). **Communication and class struggle.** Paris: IMMRC, 1979. v. 1. p. 90-91.

ITRI, B.; VALENTE, R. Corinthians lança plano funerário com direito a caixão alvinegro e hino em velório. **UOL/Folha de S. Paulo**, São Paulo, 17 out. 2013. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/esporte/2013/10/1357746-corinthians-ira-lancar-plano-funerario-com-direito-a-caixao-alvinegro-e-hino-em-velorio.shtml>>. Acesso em: dez 2013.

MARQUES DE MELO, J. **Comunicação e classes subalternas**. São Paulo: Cortez, 1980. p. 111-14.

MARQUES DE MELO, J. (org.). **Agenda da Folkcomunicação na passagem do século**. São Bernardo do Campo: Umesp, 1998.

MARQUES DE MELO, J. **Gêneros e formatos folkcomunicacionais**: aproximação taxionômica. In: CONFERÊNCIA BRASILEIRA DE FOLKCOMUNICAÇÃO, 8., 2005. Teresina. Disponível em: <http://encipecom.metodista.br/mediawiki/images/f/f2/GT2-001-Generos_e_Formatos-JMM.pdf>. Acesso em: jan. 2014.

McLUHAN, M. **The mechanical bride**: folklore of the industrial man. Boston: Beacon, 1951.

SKOOB. Disponível em: <<http://www.skoob.com.br/livro/edicoes/26020>>. Acesso em: fev 2014.

TÚMULO DOS DOIS IRMÃOS. **As cidades e a Serra**. Magazine Cultural de Sintra. Nº 1, out 2002, p. 1. Disponível em: <<http://www.cm-sintra.pt/AgendaCulturalArtigo.aspx?IDArtigo=209&IDMagazine=1>>. Acesso fev 2014.