

Gêneros e Formatos da Folkcomunicação¹

Maria Cristina Gobbi²

RESUMO

O estudo sobre a Folkcomunicação foi um dos principais legados de Luiz Beltrão em sua batalha para conscientizar os estudantes de jornalismo a respeito da comunicação coletiva e de 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. A pesquisa que ora realizamos busca conhecer, mapear, sistematizar os dados que estão sendo disponibilizados na rede mundial sobre Folkcomunicação, tratando mais especificamente da Folkcomunicação Icônica, Formato Funerário e da 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 pesquisa bibliográfica e documental, a análise objetiva verificar que tipos estão presentes e se há outros formatos e quais são eles.

PALAVRAS-CHAVE

Folkcomunicação – Luiz Beltrão – pesquisa em comunicação – América Latina – gêneros e formatos.

Genres and Formats of Folkcomunicação

ABSTRACT

The study of Folk Communication is a major legacy of Luiz Beltrão in his endeavor to educate journalism students about collective communication and its many ramifications. The topicality of this pioneering research has piqued the interest of many groups, not only in Brazil but also in Latin America and in European countries. This research seeks to know, map, and organize the data on Folk Communication available on the web, dealing more specifically with Iconic Folk Communication, Funeral Format, and Kinetics Folk Communication, Format: Rite of Passage, as defined by Professor José Marques de Melo in his investigation on Genres and Formats of Folk Communication: a taxonomic approach. Employing bibliographic and documentary research, the objective of this analysis is to verify which types are present, and whether there are other formats and identify them.

KEYWORDS

Folkcommunication - Luiz Beltrão - communication research, Latin America, genres and formats.

¹ O presente trabalho é uma versão apresentada na XV Conferência Brasileira de Folkcomunicação –*Festas juninas na era digital: da roça à rede*, Campina Grande, 6 a 8 de junho de 2012, GT: Morfologia da Folkcomunicação: Gêneros e Formatos. Relato de Experiência.

² Pós-doutora pelo Prolam-USP (Universidade de São Paulo – Brasil), doutora em Comunicação pela Universidade Metodista de São Paulo (Umesp). 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 Socicom e representante da Rede Folkcom. E-mails: mcgobbi@terra.com.br; mcgobbi@faac.unesp.br.

Desafios culturais: introdução

O século XXI emerge sob o signo da globalização acelerada. Na esfera político-econômica, os encontros anuais de Davos, na Suíça, e de Porto Alegre, no Brasil, 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 da sua vida cotidiana a retórica dessas manifestações periódicas (MARQUES DE MELO, 2002).

Há, contudo, como afiança Marques de Melo (2002), 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, mescla símbolos de diferentes nações, regiões, cidades, bairros, povoados constitui expressão contumaz daquela riqueza do folclore midiático, dimensionado com perspicácia na teoria folkcomunicacional formulada na tese de doutorado de Luiz Beltrão (1967). Trata-se, em verdade, nesta conjuntura de sedimentação da “sociedade digital”, de uma sequência histórica daquele episódio que Marshal McLuhan havia explorado com argúcia e astúcia em seu livro de estreia, *The Mechanical Bride*, de 1951 (MARQUES DE MELO, 2002).

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,

nos desafia 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 a 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 são submetidas por causa 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 também cultural, tanto locais quanto regionais. O desafio dessa 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, acercada 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 de jovens pesquisadores, que vem atuando de forma sintonizada com as demandas locais, de maneira a fortalecer nossa singularidade cultural.

Essa busca da assimilação de conteúdos tem permitido a identificação crítica de teorias e de metodologias indispensáveis à produção e à 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 sim de permitir o estudo das culturas, que, multifacetadas e complexas, não podem ser reduzidas a dimensões meramente instrumentais.

Nesse sentido, este texto procura evidenciar parte significativa da produção em Folkcomunicação, que tem sido periodicamente submetida à comunidade acadêmica não só nacional, mas também internacional, no espaço da web, tratando especificamente da classificação de gêneros e formatos proposta por Marques de Melo, com referência à Folkcomunicação Icônica, ao Formato Funerário e aos vários tipos incorporados nesse gênero.

Os estudos de Folkcomunicação³ 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 também em outros países da América Latina e na Europa. Também tem estimulado a investigação em várias frentes, e esta que ora apresentamos é resultado de um desses aportes.

Assim, essa 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, em 2012, no grupo de trabalho Morfologia da Folkcomunicação: Gêneros e Formatos. Porém, para esta publicação, optamos por atualizar os dados, trazendo as observações do ano de 2013.

³ “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).

Conceitos e termos: análises realizadas

O professor José Marques de Melo, no texto “Gêneros e formatos folkcomunicacionais: aproximação taxionômica”, apresentado na VIII Conferência Brasileira de Folkcomunicação, ocorrida na cidade de Teresina, no Piauí, no Centro de Ensino Unificado de Teresina (Ceut), entre os dias 9 e 11 de junho de 2005, nos lançou o desafio de 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 categoria⁴ Folkcomunicação teria quatro gêneros⁵: *Folkcomunicação Oral* (canal auditivo / códigos verbal/musical); *Folkcomunicação Visual* (canal ótico / códigos linguístico/pictórico); *Folkcomunicação Icônica* (canais ótico/táctil / códigos estético/funcional), e *Folkcomunicação Cinética* (múltiplos canais / códigos gestual/plástico). Esses gêneros, por sua vez, estão divididos em formatos⁶, e cada formato teria seu tipo⁷.

Assim, para esta 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 buscamos verificar se de fato os gêneros e formatos folkcomunicacionais se fazem presentes no espaço da web e qual a medida dessa contribuição. Nosso principal desafio foi estimular a nova geração de pesquisadores para estudos mais aprofundados sobre essa temática.

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

⁴ “*Categoria*: conjunto de manifestações simbólicas determinadas pela combinação do canal e da audiência.” (Marques de Melo, 2005, p. 1).

⁵ “*Gênero*: forma de expressão determinada pela combinação de canal e código.” (Marques de Melo, 2005, p. 1).

⁶ “*Formato*: estratégia de difusão simbólica determinada pela combinação de intenções (emissor) e de motivações (receptor).” (Marques de Melo, 2005, p. 1).

⁷ “*Tipo*: variação estratégica determinada pelas opções simbólicas do emissor, bem como por fatores residuais ou aleatórios típicos da recepção.” (Marques de Melo, 2005, p. 1).

**Quadro 1 – Folkcomunicação Icônica,
Formato Funerário**

Tipos	Resultados
Coroas	8.000.000 (em 0,19 s)
Lápides	232.000 (em 0,35 s)
Mortalhas	292.000 (em 0,15 s)
Túmulos	613.000 (em 0,37 s)

É interessante observar que, quando a pesquisa é feita utilizando a palavra “Funerário”, aparecem 1.420.000 inserções (em 0,38 segundo), mas o resultado aponta diversas nuances que essa palavra pode assumir, 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, temos os seguintes dados:

**Quadro 2 – Folkcomunicação Icônica,
Formato Funerário**

Subtipos	Resultados
Direito	336.000 (em 0,38 s)
Agente	338.000 (em 0,46 s)
Seguro	2.180.000 (em 0,15 s)

Para o termo “Funerário-Direito”, a principal nuance são livros e textos que tratam do assunto. O “Funerário-Agente” está relacionado com empregos, direitos, salários, resultados de pesquisas. Finalmente, “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 assunto que estão disponibili

zados nesta primeira incursão ao tema, selecionamos dois artigos jornalísticos, que podem ser lidos no boxe seguir.

<Boxe início>

[primeiro artigo]

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

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.

"Querida 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 1]

Fonte: ITRI, B.; VALENTE, R. Corinthians lança plano funerário... *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: 19 maio 2014.

[segundo artigo]

Conheça o hotel japonês apenas para pessoas mortas

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%.



[Figura2]

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 apenas para pessoas mortas. *Mundo Funerário*, Botucatu, 14 jan. 2013.

Disponível em: <<http://www.mundofunerario.com.br/artigos/conheca-o-hotel-japones- apenas-para-pessoas-mortas>>. Acesso em: 19 maio 2014.

Como pode ser observado nas matérias, trata-se de 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 o Tipo Coroas.

Tipo Coroas



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

(Foto: Rafael Alencar/PR).

Fonte: Blog do Planalto, 30 mar. 2011. Disponível em: <<http://blog.planalto.gov.br/a-busca-por-coroas-de-flores-mobiliza-mercado-de-floricultura-em-brasilia>>. Acesso em: 19 maio 2014.

O resultado apontou desde dentistas (coroas e pontes), cidades (Três Coroas – RS), sensualidade (idosos) etc., oferecendo pouca relação com o Gênero pesquisado. Desse modo, depuramos a pesquisa para: Coroas de Flores – encontradas 4.080.000 inserções (em 0,23 segundo) – e Coroas Fúnebres, com 2.420.000 resultados (em 0,63 segundo). Novamente, há uma variedade de subtemas que são tratados dentro do Tipo Coroas, como, por exemplo: como fazer uma coroa de flores; imagens de coroas de flores; notícias sobre ações do governo federal para licitação de coroas de flores que serão enviadas pelo Poder Executivo nacional aos mortos importantes; frases para se colocarem em coroas etc., aproximando os resultados, mais uma vez, de notícia ou mesmo de prestação de serviço.

O próximo Tipo pesquisado é Lápides:

Tipo Lápides

Curiosidade sobre um livro

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.

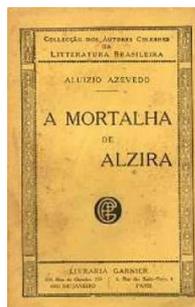
Fonte: sinopse de livro *Em busca de lápides antigas e curiosas*, de W. T. Vincent (São Paulo: Necrópolis, 2008).

A pesquisa desse Tipo não foi diferente. Foram encontrados 232.000 resultados (em 0,35 segundo). O que ficou evidente, nesse caso, é a quantidade de imagens, em uma tentativa frequente 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 também está estreitamente relacionado com jazigo, azulejos para lápides e placas póstumas, que são, portanto, derivações do termo.

Dando sequência à pesquisa, encontramos o Tipo Mortalha.

Tipo Mortalha



[Figura 4]

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 (em 0,15 segundo), relacionados aos seguintes subtipos: mortalhas vivas; mortalhas smoking; mortalhas de celulose; mortalhas significado; mortalhas carnaval; mortalhas wiki; mortalhas dicionário.

Para as pesquisas relacionadas a “Mortalha” (singular), são aproximadamente 230.000 inserções (em 0,37 segundo), subdivididas em: mortalha significado; mortalha da noite; mortalha para uma enfermeira; mortalha carnaval; lenda rasga mortalha; canto rasga mortalha; rasga mortalha Wikipédia; pássaro rasga mortalha. Portanto, o Tipo pode assumir muitas derivações. Grande parte do material relacionado ao Formato Funerário no Tipo Mortalha(s), obtido na pesquisa realizada em dezembro de 2013, apresentou relação com notícias, poesias, desenhos e prestação de serviço, como mostruários de mortalhas.

Tipo Túmulo



[Figura 5]

Fonte: O Caminheiro de Sintra, 27 maio 2010. Disponível em: <<http://palacio-de-sintra.blogspot.com.br/2010/05/lenda-do-tumulo-dos-dois-irmaos-em.html>>. Acesso em: 20 maio 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 (em 0,28 segundo).

Para as buscas 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 mausolo; túmulo dos vagalumes; túmulo vazio – num total aproximado de 1.330.000 resultados (em 0,30 segundo).

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, túmulos de santos, significado da palavra, prestação de serviço etc. Esse resultado reforça, igualmente, que parte significativa do material disponibilizado está relacionado 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. Contudo, o desafio proposto pelo professor Marques era também procurar a presença dos Tipos em outras Categorias, Gêneros e Formatos. Portanto, no que tange ao icônico, há uma quantidade bastante representativa de material em todos os subtipos elencados na pesquisa pioneira de Marques de Melo. No entanto, 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 da Folkcomunicação Cinética, Formato: Rito de Passagem, Tipo: Velório –, encontramos diversos resultados. Assim sendo, nas pesquisas relacionadas a “Velório” (singular) foram encontrados: 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 (em 0,28 segundo). Trata-se, portanto, de uma quantidade bastante considerável de Tipos que podem ser investigados, ampliando as possibilidades de análises preliminares realizadas com base na classificação proposta pelo professor José Marques de Melo.

Já nas buscas relacionadas a “Velórios”, foram aproximadamente 559.000 resultados (em 0,24 segundo), com: 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,⁸ que informa: “Com câmeras, cerimônias podem ser acompanhadas em tempo real na web”. Também, de acordo com a mesma matéria, “o internauta que estiver assistindo ao *evento*⁹ ainda pode encaminhar

⁸ GARCIA, C. Velório virtual e sepultura on-line modernizam funerária em São Paulo. *Último Segundo*, 1 nov. 2013. 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: 19 maio 2014.

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 em São José dos Campos, cidade do interior de São Paulo, é necessário que a família autorize a transmissão das imagens. A notícia ainda esclarece que: “O serviço é gratuito. Atualmente, a cidade conta com uma taxa de 340 óbitos mensais em uma população de 650 mil habitantes”.

Outro serviço interessante que a matéria informa é a criação e desenvolvimento de um banco de dados no qual 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.

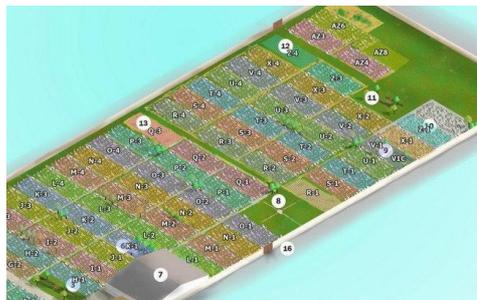


Figura 6 – Mapa do Cemitério Colônia Paraíso, em São José dos Campos (SP), com as marcações das sepulturas.

Fonte: *Último Segundo*, 1 nov. 2013. 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: 19 maio 2014.

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*¹⁰”, declara à reportagem o gerente da funerária, Eliseu Vieira da Silva. No entanto, ainda não há uma previsão de quando o projeto será finalizado. O gerente explica à reportagem que o tema é “delicado porque significa mudar uma parte da cultura de como lidamos com a morte. Hoje o brasileiro evita o assunto”.

9 Grifo nosso. O Velório considerado um evento.

10 Grifo nosso. Cemitério como espaço para turismo.

Outro dado que consideramos interessante na observação, é que há outros Tipos importantes, relacionados ao Formato Velório, tais 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, ao pesquisarmos o Formato: Rito de Passagem, também encontramos vários subtipos, como: 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 – totalizando aproximadamente 794.000 resultados (em 0,69 segundo). Na busca relacionada a “Ritos de Passagem” , encontramos: 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 – totalizando aproximadamente 487.000 resultados (em 0,71 segundo).

Depurando ainda um pouco mais e fazendo a pesquisa relacionada a “Ritos de Passagem de morte”, encontramos: 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; tipos de ritos de passagem – com um total de 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, em que se combinam formatos diversificados apresentando a morte em suas várias simbologias culturais, foram localizados dois temas que nos chamaram a atenção. O primeiro é a possibilidade de se fazer um diamante com as cinzas de mortos, conforme matéria publicada no portal *G1*, em 28/11/2013. O outro refere-se à possibilidade de se confeccionar, também com as próprias cinzas, retratos e esculturas dos mortos e/ou mesmo de peças ou animais que eles tenham gostado em vida. É um mercado bem lucrativo. Para se ter uma ideia, o serviço de transformar cinzas em diamante é oferecido por um crematório de Porto Alegre. A lembrança custa a partir de R\$ 33.200, podendo chegar até R\$ 121.300. “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”, diz a reportagem.



Figura 7– Diâmetro das pedras pode variar entre 3,8 a 6,5 milímetros de diâmetro. (Foto: Alessa Flores/Divulgação/Agência Buena).

Fonte: *G1 RS*, 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: 20 maio 2014.

Chamado Diamante In Memoriam, o procedimento leva de 18 a 52 semanas para chegar às mãos dos familiares. São utilizados aproximadamente 500 gramas dos 2 a 5 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 pode variar de acordo com os elementos químicos dos restos cremados, o que faz de cada diamante uma peça única.

Também fomos verificar a opinião dos internautas no blog onde os serviços são disponibilizados, 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 morbim”.

Quanto à possibilidade de fazer retratos e esculturas com as cinzas dos mortos, tendo ocorrido até mesmo uma exposição com tais peças, uma matéria publicada na edição eletrônica da revista *Veja*, de 30/10/2011, 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 cria

dos 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.



Figura 8– Tela feita com cinzas de mortos, do artista tcheco Roman Týc. (Gustavo Monge/EFE).

Fonte: Cinzas de mortos são usadas... *Veja*, 3 out. 2011. (Com agência EFE). Disponível em: <<http://veja.abril.com.br/noticia/celebridades/cinzas-de-mortos-sao-usadas-por-artista-em-exposicao-em-praga>>. Acesso em: 20 maio 2014.

A notícia também informa que o artista recolhe as cinzas depois da cremação, e as sobras que não cabem nas urnas é que são utilizadas. Os modelos foram inspirados “em fotos reais de mortos tiradas dos mesmos cemitérios e crematórios onde o artista obteve as cinzas”.

Considerações finais

O que percebemos nessa breve análise é que – “do enterro convencional à transformação de cinzas em esculturas, quadros, joias, diamantes e até envio à Lua. Do velório que se transforma em evento social”– tudo isso é um mercado bastante concorrido em diversas regiões. Há uma variação nos tipos de enterro, inclusive a possibilidade de os restos mortais serem enviados à Lua. Também existe um grupo de ecologistas que defende a cremação como forma de preservação do meio ambiente.

Existem serviços especiais (velórios, cremação, enterro) a preços acessíveis, informa a parte publicitária dos múltiplos anúncios. Por exemplo, há empresas, como a Celestis, dos Estados Unidos,

[...] especializadas em voos espaciais memoriais e que têm 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 astronomia.

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”.

Existe a possibilidade de o velório se transformar 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..

Entre outras curiosidades ligadas ao rito da morte, e que evidenciam uma mudança cultural na sociedade, há cerimônias regadas a uísque e *rock'n'roll*, ou mesmo aquelas em que o defunto permanece em posição vertical durante o velório.

Diante dessa diversidade, lançamos às novas gerações de comunicólogos o desafio de 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 ao trabalhar com a cultura da morte, que, embora ainda seja um mito em algumas culturas ocidentais, está mudando, como foi observado na breve análise que aqui apresentamos.

Referências

- BELTRÃO, L. (1967). **Folkcomunicação**: um estudo dos agentes e dos meios populares de informação de fatos e expressão de ideias. Tese de doutorado. Universidade de Brasília. (Publicada pela EDIPUCRS, Porto Alegre, 2001. Coleção Comunicação).
- BELTRÃO, L. (1971). **Comunicação e folclore**. São Paulo: Melhoramentos.
- BELTRÃO, L. (1980). **Folkcomunicação**: a comunicação dos marginalizados, São Paulo: Cortez. p. 259-279.
- BELTRÃO, L. (2004). **Folkcomunicação**: teoria e metodologia. São Bernardo do Campo: Ed. Umesp.
- BENJAMIN, R. (2004). **Folkcomunicação na sociedade contemporânea**. Porto Alegre: Comissão Gaúcha de Folclore.
- CARNEIRO, E. (1957). **A sabedoria popular**. Rio de Janeiro: Ministério da Educação e Cultura/Instituto Nacional do Livro.
- CASTELO BRANCO, S. (2005). Metodologia folkcomunicacional: teoria e prática. In: DUARTE, J.; BARROS, A. (Org.). **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. São Paulo: Atlas. p. 110-124.
- COCHRANE, A. (1995). Global worlds and worlds of difference. In: ANDERSON, J.; BROOK, C.; COCHRANE, A. (Ed.). **A Global World**. New York: Oxford University Pressp. 249-280.
- GOBBI, M. C. (2006). Portal Luiz Beltrão: vidas paralelas. In: **Anuário Unesco/Metodista n. 10**. São Bernardo do Campo: Unesco/Umesp.
- GRAMSCI, A. (1979). History of the Subaltern Classes: Methodological Criteria, In: MATTELART, A.; SIEGELAUB, S. (Org.). **Communication and Class Struggle** Paris IMMRC. v. 1, p. 90-91.

MARQUES DE MELO, J. (1980). **Comunicação e classes subalternas**. São Paulo: Cortez. p. 111-114.

MARQUES MELO, J. (2002). Campus (coluna mensal). Revista **Imprensa**, [S.l.], jun.

MARQUES MELO, J. (2005). Gêneros e formatos folkcomunicacionais: aproximação taxionômica. Trabalho apresentado na VIII Conferência Brasileira de Folkcomunicação, Teresina, CEUT, 9 a 11. Disponível em: <http://encipecom.metodista.br/mediawiki/images/f/f2/GT2-001-Generos_e_Formatos-JMM.pdf>. Acesso em: 19 maio 2014.

MCLUHAN, M. (1951). **The Mechanical Bride**: Folklore of the Industrial Man. Boston: Beacon Press.