

UNIVERSIDADE FEDERAL DE PERNAMBUCO
CENTRO DE FILOSOFIA E CIÊNCIAS HUMANAS
DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS SOCIAIS
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ANTROPOLOGIA

PELA HORA DA MORTE
ESTUDO SOBRE O EMPRESARIAR DA MORTE E DO MORRER
UMA ETNOGRAFIA NO GRUPO PARQUE DAS FLORES, EM
ALAGOAS

ISABELA ANDRADE DE LIMA MORAIS

PROF. DR. ANTÔNIO CARLOS MOTTA
Orientador

RECIFE – 2009

UNIVERSIDADE FEDERAL DE PERNAMBUCO
CENTRO DE FILOSOFIA E CIÊNCIAS HUMANAS
DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS SOCIAIS
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ANTROPOLOGIA

PELA HORA DA MORTE
ESTUDO SOBRE O EMPRESARIAR DA MORTE E DO MORRER
UMA ETNOGRAFIA NO GRUPO PARQUE DAS FLORES, EM
ALAGOAS

ISABELA ANDRADE DE LIMA MORAIS

Tese apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Antropologia da Universidade Federal de Pernambuco, sob a orientação do Professor Doutor Antônio Carlos Motta, para obtenção do grau de Doutor em Antropologia.

RECIFE – 2009

Morais, Isabela Andrade de Lima

Pela hora da morte estudo sobre o empresariar da morte e do morrer: uma etnografia no Grupo Parque das Flores, em Alagoas / Isabela Andrade de Lima Morais. -- Recife: O Autor, 2009.

289 folhas : il., fotos.

Tese (doutorado) – Universidade Federal de Pernambuco. CFCH. Antropologia, 2009.

Inclui: bibliografia e anexos.

1. Antropologia. 2. Morte. 3. Comércio. 4. Serviço fúnebre. 5. Cemitérios. I. Título.

**39
390**

**CDU (2. ed.)
CDD (22. ed.)**

**UFPE
BCFCH2009/39**

UNIVERSIDADE FEDERAL DE PERNAMBUCO
CENTRO DE FILOSOFIA E CIÊNCIAS HUMANAS
DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS SOCIAIS
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ANTROPOLOGIA

ISABELA ANDRADE DE LIMA MORAIS

**“PELA HORA DA MORTE”
ESTUDO SOBRE O EMPRESARIAR DA MORTE E DO MORRER UMA
ETNOGRAFIA NO GRUPO PARQUE DAS FLORES, EM ALAGOAS.**

Tese apresentada ao Programa de Pós-graduação em Antropologia da Universidade Federal de Pernambuco como requisito parcial para a obtenção do título de Doutora em Antropologia.

Aprovada em: 06/10/ 2009.

BANCA EXAMINADORA

Antônio Motta
Profº Drº Antônio Carlos Motta de Lima (Orientador)
Programa de Pós-Graduação em Antropologia – UFPE

Judith P. Hoffnagel
Profª Drª Judith Chambliss Hoffnagel (Examinadora Titular Interna)
Programa de Pós-Graduação em Antropologia – UFPE

Russell Parry Scott
Profº Drº Russell Parry Scott (Examinador Titular Interno)
Programa de Pós-Graduação em Antropologia – UFPE

Mónica Lourdes Franch Gutiérrez
Profª Drª Mónica Lourdes Franch Gutiérrez (Examinadora Titular Externa)
Programa de Pós-Graduação em Sociologia – UFPB

Míssia Lins Reesink
Profª Drª Míssia Lins Reesink (Examinadora Titular Externa)
Programa de Pós-Graduação em Antropologia – UFBA

A Helena, minha filha.
Dedico.

AGRADECIMENTOS

Ao orientador Prof. Dr. Antônio Motta por ter “comprado” esta ideia. Agradeço pelas suas contribuições teóricas, enquanto orientador e pelos seus conselhos, preocupações e ajudas, enquanto amigo. Com sua personalidade marcante, se revelou um grande pesquisador/orientador e uma grande pessoa.

Ao Programa de Pós-Graduação em Antropologia por ter me acolhido desde 2002, ainda no mestrado. Agradeço, sobretudo, aos Profs. Drs. Roberta Campos e Parry Scott pelas colaborações e sugestões. Às funcionárias Ana Regina, Mirian e Ademilda, pelo constante atendimento.

Ao Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico – CNPq, pelo auxílio.

A todos que fazem parte do Grupo Parque das Flores (diretores, equipe de vendas, agentes fúnebres, assistente social, equipe administrativa e de comunicação, mestres de cerimônias, jardineiros) por terem sido sempre muito atenciosos em disponibilizar e trocar informações e contribuir para a tese e por compartilharem os momentos difíceis e atraentes da pesquisa.

A todos os entrevistados (consumidores fúnebres) por me receberem atenciosamente em suas residências e dividir momentos de intensa emoção.

Para além dos agradecimentos institucionais, estendo aos agradecimentos pessoais.

Ao meu esposo, Luciano Morais, pelo companheirismo e paciência ao longo desses últimos anos, e por compartilhar os momentos intensos do campo e da escrita da tese.

Aos meus pais, José e Josefa, pela preocupação, incentivo e consolo, apesar da distância.

As minhas irmãs, Renata e Daniela e meus cunhados, Cláudio e Josimar, pelos momentos de discussão e descontração. Aos meus sobrinhos, Gabriela e Gabriel, pelos momentos de relaxamento.

A minha sogra e sogro, Maria Clara e Morais; as minhas cunhadas, Verônica, Carla, Ana e Aparecida; meus cunhados, Eduardo, José Otávio, Marcelo e José Carlos; e aos meus sobrinhos, Rafael, Renato, Gabriela, Henrique, Carlos Eduardo e Maria Clara, pelo apoio.

As amigas Wilza, Tânia e Patrícia que, apesar da distância e dos poucos encontros, me lembravam de que eu era “humana”. E as amigas do PPGA, especialmente Antoinette, Carla e Dani por compartilharem as ansiedades da pesquisa.

Enfim, a todos que contribuíram direta ou indiretamente para realização desta pesquisa.

Essa cova em que estás,
com palmos medida,
é a cota menor
que tiraste em vida.

É de bom tamanho,
nem largo nem fundo,
é a parte que te cabe
neste latifúndio.

Morte e Vida Severina
(João Cabral de Melo Neto)

RESUMO

Este trabalho discute o mercado e o consumo de produtos e serviços funerários na contemporaneidade, objetivando compreender o processo de empresariação da morte e do morrer pelas empresas privadas, os chamados Grupos, e entender quais os fatores que influenciam a crescente demanda de consumidores fúnebres em adquirirem produtos e serviços oferecidos por empresas particulares. Para isso, foi realizada uma pesquisa etnográfica no Grupo Parque das Flores, uma empresa que atua no ramo da morte em Alagoas administrando vários empreendimentos fúnebres (cemitérios parques, floriculturas, funerária, planos assistenciais funerários e central de velórios). Durante os anos de 2006 a 2008 foram observados os velórios e sepultamentos no cemitério Parque das Flores e a higienização de cadáveres pelos agentes fúnebres da funerária, também foram analisados os processos de venda e aquisição dos produtos e os serviços do *post mortem*, além das análises das campanhas publicitárias. Observou-se que como não existe oferta sem demanda, o trabalho de venda de um produto não é nada sem o trabalho de produção do valor do produto e do interesse pelo produto. É então no domínio da cultura que compreenderemos as razões que levam as pessoas a consumirem produtos e serviços fúnebres. Foram identificados, portanto, alguns motivos que influenciam a aquisição dos produtos e serviços fúnebres: a praticidade e comodidade atrelada aos atuais serviços funerários, o receio de ser sepultado em uma vala comum, a ineficiência da gestão da morte pelo serviço público e o desejo de oferecer as últimas cerimônias à pessoa morta como forma de retribuição por todas as suas realizações em vida. Essas situações demonstram há um vínculo e uma correlação entre os vivos e os mortos na sociedade brasileira que retroalimenta o consumo e a oferta de produtos e serviços fúnebres.

Palavras chave: Mercado fúnebre. Consumo Fúnebre. Cemitério. Morte. Morrer.

ABSTRACT

This paper discusses the market and consumption of products and funeral services in contemporary, aiming to understand the process of management of death and dying by private companies, called Groups, and understand the factors influencing the increasing demand of consumers in purchasing funeral products and services offered by private companies. For this purpose, was conducted an ethnographic research in the group “*Parque das Flores*”, a company engaged in the business of death in Alagoas (burial parks, flowers funeral, health plans funeral and central wakes). During the years 2006 to 2008 were observed funerals and burials in the cemetery *Parque das Flores* and cleaning of dead made by agents funeral undertakers, were also analyzed the process of sale and purchase of products and services of the *post mortem*, beyond the analysis of advertisings. It was observed that as there is no supply without demand, the job of selling a product is nothing without the work of production of the product value and interest for the product. Therefore in the field of culture we understand the reasons that lead people to consume products and funeral services. Been identified, so some reasons that influence the acquisition of products and funeral services: the convenience and comfort linked to current funeral services, the fear of being buried in a mass grave, inefficient management of death by public service and desire to after the latest ceremony for the dead person as a form of retribution for all his accomplishments in life. These situations show that there is a link and a correlation between the living and the dead in Brazilian society that feedback the consumption and supply of products and funeral services.

Key words: Funeral Market, Funeral Consumption, Cemetery, Death, Die.

LISTA DE FOTOGRAFIAS

Fotografia 1: Lápide no Campo Santo Parque das Flores.....	79
Fotografia 2: Lápide com mensagens no Campo Santo Parque das Flores.....	79
Fotografia 3: Lápide com mensagens no Campo Santo Parque das Flores.....	79
Fotografia 4: Lápide com objetos no Campo Santo Parque das Flores.....	80
Fotografia 5: Lápide com objetos no Campo Santo Parque das Flores.....	80
Fotografia 6 e 7: Lápides no Cemitério Parque das Flores em Maceió com fotografias das pessoas sepultadas.....	80
Fotografia 8: Tipos de jazigos.....	81
Fotografias 9 a 13: Cavando o jazigo no Campo Santo Parque das Flores em Maceió.....	82
Fotografia 14: Projeto inicial da construção do Campo Santo Parque das Flores.....	88
Fotografias 15 e 16: Imagens atuais do Campo Santo Parque das Flores.....	88
Fotografia 17: <i>Black Mirror Casket</i>	102
Fotografia 18: <i>Carnation Empress Casket</i>	102
Fotografia 19: Parte interna de uma das capelas da Central de Velórios equipada com paramentos para receber um velório de religião católica.....	111
Fotografia 20: Parte interna de uma das capelas da Central de Velórios equipada com paramentos para receber um velório de religião evangélica.....	111
Fotografia 21: Parte externa de uma das capelas da Central de Velórios.....	112
Fotografia 22: Parte externa de uma das capelas da Central de Velórios.....	112
Fotografia 23: Parte externa da Central de Velórios.....	112
Fotografia 24: Parte externa da Central de Velórios.....	112
Fotografia 25: <i>Folder</i> do Plano Assistencial Funerário PréVida.....	119
Fotografia 26: <i>Folder</i> do Plano Assistencial Funerário Previparq.....	119
Fotografia 27: <i>Folder</i> da tabela com os valores dos jazigos imediatos e preventivos do cemitério Parque das Flores.....	120
Fotografia 28: Retirada dos retos mortais realizado no ritual de exumação.....	122
Fotografia 29: Restos mortais (ossada) já retirados da sepultura, colocados num saco de lona e recolocados no jazigo.....	122
Fotografia 30: Modelo de caixão <i>skate</i>	125
Fotografia 31: Modelo de caixão <i>portsmouth football club</i>	125
Fotografias 32 e 33: Modelo de caixão <i>the ballet shoe coffin</i>	125
Fotografias 34 e 35: Modelo de caixão <i>the guitar coffin</i>	125
Fotografia 36: Sepultamento do corpo da (ex)estilista Vera Arruda no cemitério Parque das Flores.....	127
Fotografia 37: Sepultamento do corpo da (ex)estilista Vera Arruda no cemitério Parque das Flores.....	127
Fotografia 38: Multidão aguardando a chegada do corpo do (ex)deputado estadual de Alagoas, Gerônimo Ciqueira, para ser sepultado no cemitério Parque das Flores.....	130
Fotografia 39: Sepultamento do corpo do (ex)deputado estadual de Alagoas, Gerônimo Ciqueira, no cemitério Parque das Flores.....	130
Fotografia 40: Chegada do corpo do (ex)deputado estadual de Alagoas, Gerônimo Ciqueira, para ser sepultado no cemitério Parque das Flores.....	130
Fotografia 41: Sepultamento do corpo do (ex)deputado estadual de Alagoas, Gerônimo Ciqueira, no cemitério Parque das Flores.....	130
Fotografia 42: Modelo de caixão <i>ecopod blue</i>	132
Fotografia 43: Modelo de caixão <i>ecopod gold</i>	132

Fotografia 44: Modelo de caixão do Plano Previparq das Flores, tipo Plano Diamante..	148
Fotografia 45: Modelo de caixão do Plano Previparq das Flores, tipo Plano Esmeralda.	148
Fotografia 46: Modelo de caixão do Plano Previparq das Flores, tipo Plano Rubi.....	148
Fotografia 47: Calendário do mês de agosto de 2005 para divulgação dos caixões fabricados pela empresa <i>Cofanifunebri</i>	161
Fotografia 48: Calendário do mês de março de 2006 para divulgação dos caixões fabricados pela empresa <i>Cofanifunebri</i>	161
Fotografia 49: Calendário do mês de janeiro de 2007 para divulgação dos caixões fabricados pela empresa <i>Cofanifunebri</i>	161
Fotografia 50: Calendário do mês de março de 2006 para divulgação dos caixões fabricados pela empresa <i>Cofanifunebri</i>	161
Fotografia 51: Calendário do mês de maio de 2009 para divulgação dos caixões fabricados pela empresa <i>Cofanifunebri</i>	162
Fotografia 52: Artigos fúnebres utilizados pelos agentes da Funerária São Matheus.....	192
Fotografia 53: Restauração facial realizada no cadáver.....	192
Fotografia 54: Restauração facial realizada no cadáver.....	193
Fotografia 55: Modelo de tanatopraxia padrão realizada em cadáver que não está em estágio de decomposição.....	195
Fotografia 56: Modelo de tanatopraxia padrão realizada em cadáver que não está em estágio de decomposição.....	196
Fotografia 57: Modelo de tanatopraxia avançada realizada em cadáver com avançado estágio de deformidade.....	196
Fotografia 58: Modelo de tanatopraxia avançada realizada em cadáver com avançado estágio de deformidade.....	196
Fotografias 59 e 60: Capelas de velório do Cemitério Parque das Flores, em Maceió....	202
Fotografias 61 e 62: Interior das capelas de velório do Cemitério Parque das Flores, em Maceió.....	202
Fotografias 63 e 64: Cortejos fúnebres no Campo Santo Parque das Flores, em Maceió.....	203
Fotografia 65: Jazigo preparado para receber o sepultamento.....	204
Fotografia 66: Jazigo após o sepultamento, quando os funcionários colocam em cima do concreto armado as coroas de flores.....	204
Fotografia 67: Filhas ornamentando com flores a sepultura de sua mãe, no Campo Santo Parque das Flores.....	217
Fotografia 68: Folder do Campo Santo Parque das Flores em comemoração ao dia das mães do ano de 2005.....	218
Fotografia 69: Folder do Campo Santo Parque das Flores, em comemoração ao dia dos pais do ano de 2007.....	218
Fotografia 70: Folder do Campo Santo Parque das Flores em comemoração ao Natal do ano de 2006.....	218
Fotografia 71: Stand com exposição de quadros e imagens sacras no dia da saudade de 2006 do Campo Santo Parque das Flores.....	221
Fotografia 72: Espaço recreativo infantil no dia da saudade de 2006 do Campo Santo Parque das Flores.....	221
Fotografia 73: Apresentação do Coral da Universidade Federal de Alagoas no dia da saudade de 2006 do Campo Santo Parque das Flores.....	221
Fotografia 74: Stand de vendas de jazigos e do plano assistencial funeral Previparq no dia da saudade de 2008 do Campo Santo Parque das Flores.....	221
Fotografia 75: Missa com o Arcebispo de Maceió no dia da saudade de 2006 do Campo Santo Parque das Flores.....	222

Fotografia 76: Apresentação dos Arautos do Evangelho e da imagem peregrina de Nossa Senhora de Fátima no dia da saudade de 2006 do Campo Santo Parque das Flores.....	222
Fotografia 77: Pessoas visitando jazigo no campo Santo Parque das Flores no dia da saudade de 2007.....	223
Fotografia 78: Pessoas visitando jazigo no campo Santo Parque das Flores no dia da saudade de 2007.....	223
Fotografia 79: Pessoas visitando jazigo no campo Santo Parque das Flores no dia da saudade de 2007.....	224
Fotografia 80: Pessoas visitando jazigo no campo Santo Parque das Flores no dia da saudade de 2008.....	224
Fotografia 81: Pessoas ornamentando jazigos no dia da saudade do ano de 2006.....	224
Fotografia 82: Pessoas ornamentando jazigos no dia da saudade do ano de 2006.....	224
Fotografia 83 a 86: Jazigos ornamentados no dia da saudade do Campo Santo Parque das Flores.....	225
Fotografia 84: Cemitério Nossa Senhora da Piedade, Jornal Gazeta de Alagoas de 17 de outubro de 2002.....	240

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

ABEP - Associação Brasileira de Empresas de Pesquisa

ACEMBRA - Associação de Cemitérios do Brasil

ADEFAL - Associação dos Deficientes Físicos de Alagoas

APEAL - Arquivo Público Estadual de Alagoas

CBO - Classificação Brasileira de Ocupações

CCEB - Critério de Classificação Econômica do Brasil

CIPAL - Construtora Industrial Predial de Alagoas

CTAF - Centro de Tecnologia em Administração Funerária

FOL - Funerária Online

FPT - Fora de Possibilidades Terapêuticas

HDT - Hospital de Doenças Tropicais Drº Hélvio Auto

HPS - Unidade de Emergência Armando Lages

HBO – Home Box Office

IHGAL - Instituto Histórico Geográfico Alagoano

IML - Instituto Médico Legal

MTE - Ministério do Trabalho e Emprego

NFDA - *National Funeral Directors Association*

PNQ - Plano Nacional de Qualidade

PPGA - Programa de Pós-Graduação em Antropologia

SBT – Sistema Brasileiro de Televisão

SEBRAE - Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas

SESI - Serviço Social da Indústria

SINCEP - Sindicato dos Cemitérios Particulares do Brasil

SINDINER - Sindicato dos Empregados em Funerárias, Cemitérios e Congêneres do Estado de Minas Gerais

SMCCU - Superintendência Municipal de Controle e Convívio Urbano

SVO - Serviço de Verificação de Óbito

UFPE - Universidade Federal de Pernambuco

SUMÁRIO

Introdução.....	15
Passeio pelo campo dos mortos: primeiros passos e trilhas para a construção do objeto...	20
Quando o campo é dos mortos e dos vivos: os limites do fazer campo numa empresa funerária privada.....	26
Quando os nativos são cadáveres e os familiares os interlocutores: as subjetividades num campo fúnebre.....	31
A morte e suas perspectivas teóricas.....	36
Morrer.....	42
1.1. Das cerimônias públicas para as cerimônias privadas.....	44
1.2. Interditando, ocultando e banindo a morte e os mortos?.....	53
Sepultar.....	62
2.1. Os sepultamentos <i>ad sanctos</i> e <i>extra-urbe</i>	64
2.2. Os sepultamentos nos parques.....	75
2.3. Modernização dos espaços tanáticos.....	84
Empresariar.....	95
3.1. Indústria do funeral norte-americana.....	98
3.2. A Empresariação do Morto no Brasil.....	108
3.3. Produtos e serviços diferenciados.....	123
Antes.....	138
4.1. Executivos de vendas e/ou consumidores fúnebres.....	141
4.2. Produtos não procurados.....	146
4.3. Estratégias de vendas: “se não compra no amor, compra na dor”.....	153
4.4. O <i>Marketing</i> do morrer.....	159
Durante.....	171
5.1. Necro-profissionais: especialistas que lidam diretamente com o morrer.....	173

5.2. Os ritos purificatórios nos corpos mortos.....	185
5.3. Velórios e sepultamentos no Campo Santo.....	200
Depois.....	208
6.1. <i>Grief Terapy</i> : a psicologia (terapia) do luto.....	211
6.2. Eventos fúnebres: saudade com paz e não dor de desespero.....	216
Consumir.....	226
7.1. Perfil dos consumidores fúnebres.....	229
7.2. As denúncias de furtos em cemitério, de subtração e ocultação de cadáveres e de profanação de sepulturas.....	237
7.3. Significado e sentido de uma morte digna.....	243
A morte negociada: rumo ao fim.....	252
Fontes e Bibliografias.....	258
Anexos.....	273

Introdução

Os mortos, porém, não existem.
Ou só existem na memória dos vivos, presentes e futuros.
(Norbert Elias)

“Pela hora da morte” é uma expressão genérica e popular comumente utilizada para indicar que os produtos ou serviços se encontram com preços exorbitantes e que “as coisas estão caras”. Parafraseando esse dito, sugestivamente poderíamos aplicá-lo igualmente ao morrer.

Atualmente morrer custa caro: os gastos com o funeral compreendem o caixão, as velas, as flores, as vestimentas, as taxas para sepultamento em jazigo, em mausoléu, em cova rasa, a taxa para aluguel de capela de velório, etc. – isto se a morte for repentina, ou seja, se a pessoa morreu subitamente, rapidamente e inesperadamente, mas, se a morte for lenta ou demorada, consequência de uma enfermidade, os gastos com o morto aumentam ainda mais, em virtude das despesas com hospital, médicos, remédios, enfim, a conhecida e cara indústria hospitalar. Além disso, depois que a pessoa é sepultada, as despesas continuam. São gastos variados com a construção de mausoléus ou catacumbas, com a identificação do local do jazigo, com as missas de sétimo dia, com as comemorações das datas de falecimento, com a manutenção da sepultura, sem contar com outras despesas adicionais como: gastos com hospitais, cartório, etc.

Mas não existe oferta sem demanda e não existem produtos sem consumidores. Então, como explicar a crescente demanda de consumidores fúnebres que adquirem produtos e serviços de empresas particulares e se propõem a gastar somas significativas com um funeral para seus entes?

As despesas com um funeral compreendendo caixão, flores, velas, aluguel de capela, serviços de funerária (higienizar, vestir, trasladar, etc.) e sepultamento em cova rasa de cemitério público podem custar no mínimo um mil e quinhentos reais. Caso o funeral seja realizado em cemitério particular, esse valor pode se multiplicar ou até quintuplicar, dependendo dos itens que serão utilizados no funeral. O valor de um caixão modelo *stand* varia de trezentos reais até oito mil reais. Mas, se se tratar de um caixão importado, o preço pode variar até cinquenta mil reais, dependendo das condições e do gosto do cliente.

O aluguel de capela em cemitério público custa trinta e cinco reais; em cemitério particular, de duzentos a duzentos e quarenta reais, e, nas centrais de velórios, em média setenta reais. O preço das coroas de flores varia de duzentos a setecentos reais. O sepultamento em cemitério público custa trinta e três reais, em cova rasa; e sessenta e cinco

reais em mausoléus, gaveta ou ossário. Em cemitérios particulares, os jazigos para sepultamento custam de cinco a seis mil reais, valor ao qual serão acrescidas taxas de confecção do jazigo, no valor de quinhentos e oitenta reais, e de anuidade do jazigo, no valor de duzentos reais¹.

Uma consumidora fúnebre que sepultou sua mãe em cemitério particular e que já havia adquirido o jazigo em momento anterior assinala que a despesa com o funeral da mãe ultrapassou o valor de três mil reais, quantia superior à prevista:

Ah! Foi muito mais, porque só a urna dela foi mil e oitocentos reais e foi quase igual à de meu marido, entendeu? Só a urna. E o que eu gastei lá. É isso que eu tô dizendo. Só lá no [cemitério] Parque [das Flores] foi mil e seiscentos, mil seiscentos e poucos. Eu sei que, em tudo dela, a gente gastou na urna, em flores, essas coisas, em tudo foi três mil reais e pouco. Agora, com os remédios, que a gente dividiu para os quatro irmãos, foi mais quatro mil.

(Entrevista com Azálea, realizada em 11 de junho de 2008)

As notícias sobre os altos custos dos funerais são bastante recorrentes nos meios de comunicação de massa. Em 11 de junho de 2006, o *Jornal da Cidade*, em Aracaju, no Estado de Sergipe, publicou uma matéria intitulada: “Enterro pode custar até R\$ 11 mil”, onde se divulgavam os gastos com funerais:

Pagar e morrer é a última coisa a fazer. O provérbio popular português mostra bem uma das únicas certezas que se tem na vida: tudo tem um preço. A evolução tecnológica e a modernidade nos obrigam a pagar para nascer, alimentar-se, casar, reproduzir, talvez se divorciar, e também para morrer. Numa cidade como Aracaju, enterrar um parente, além de ser uma tarefa cansativa, cheia de procuras, idas e vindas, é também bastante dispendiosa. Por aqui, um enterro pode custar entre R\$ 1.200 e R\$ 11 mil. Às vezes até mais que isso.

Os gastos são muitos. Além disso, o que mais encarece um funeral completo são justamente os preços do item indispensável: a urna funerária. O valor mais barato de caixão disponível é R\$ 200. Alguns chegam a custar até mais de R\$ 7 mil. “Boa parte do valor do enterro é da urna. Ninguém enterra um parente num caixão de R\$ 200”, comenta Giselda Santos, gerente de vendas da Organização Social de Assistência Funerária (Osaf), que há cinco anos trabalha com assistência pós-vida. Caso a pessoa que morreu precise ser transportada para outro Estado ainda é preciso pagar R\$ 880 a um médico para que seja realizada a formolização, um procedimento que conserva o corpo para a viagem. O caixão, nesses casos, é diferente. Ele tem que ser revestido por uma placa de zinco para proteger o corpo, o que custa cerca de R\$ 1 mil. “Pode custar mais que isso até. O corpo não pode ser transportado para fora do Estado se não tiver nessas condições”, explica Giselda. Ainda existe um outro fator a que a família tem que se atentar. Se a morte foi trágica, ela precisa providenciar a 2ª via do laudo cadavérico da Unidade de Medicina Legal que é usado para o requerimento de pensões, seguros e outros benefícios. Hoje ele custa em torno de R\$ 73.

Depois do caixão e dos trâmites legais vêm os pormenores que compõem o velório. Para cobrir o corpo, a mortalha feminina custa R\$ 50 e o terno masculino R\$ 100. “Mas hoje as pessoas quase não compram. A maioria prefere vestir o corpo com uma roupa que já era da pessoa”, comenta a gerente Giselda Santos. Flores sobre o corpo dentro do caixão também são uma opção para a família. O preço é de R\$ 100.

¹ Esses valores são referentes às taxas cobradas em cemitérios públicos da cidade de Maceió, no Estado de Alagoas, e no cemitério particular, central de velórios e floricultura pertencentes ao Grupo Parque das Flores, uma empresa que atua no ramo da morte no Estado.

A maquiagem para correção de pequenas imperfeições no rosto gira em torno de R\$ 30. No entanto, se o intuito for uma completa repaginada feminina a maquiagem passa a valer cerca de R\$ 50.

Se a família não quiser velar o corpo em casa, algo que ainda não é tão comum no Nordeste, ela pode apenas alugar uma sala em velatórios especializados. A Osaf disponibiliza quatro tipos de salas com preços diferenciados. Duas no segundo andar do prédio da empresa, que custam R\$ 200 e R\$ 300. O primeiro é mais barato porque não tem quarto para o descanso da família. As outras duas salas ficam no andar térreo e custam R\$ 400 e R\$ 500. Isso porque ambas têm ar-condicionado, quarto de descanso e a localização favorece a locomoção dos visitantes. “Essas duas são mais caras porque é melhor para idosos ou deficientes que têm dificuldade de locomoção”, informa Giselda.

Como os cemitérios da cidade estão lotados, o custo das gavetas não está nada barato. No Cemitério Santa Izabel, o aluguel por três anos fica a R\$ 770. No São Benedito, o preço, também por três anos, é bem mais em conta: R\$ 550. O aluguel da gaveta pelo mesmo período de tempo no Cemitério da Cruz Vermelha é ainda mais barato: custa R\$ 330. A situação muda de figura quando o assunto é cemitério-jardim. Em Sergipe, existe apenas o Cemitério Parque Colina da Saudade e o valor mais barato de sepultamento num pedacinho de terra na área é de R\$ 5 mil. “O impacto de um cemitério jardim é outro. É muito lindo só o jardim e a lápide branca. As pessoas fazem até cooper por lá. Além disso, os outros cemitérios não têm segurança nenhuma. Até roubo tem lá dentro”, opina Giselda Santos.

A missa de 7º dia é um capítulo à parte. Caso a família deseje confeccionar convites para a missa, os famosos santinhos, os valores variam de R\$ 40 a R\$ 120 o cento. De acordo com Veríssimo Gonçalves, que trabalha há quase seis anos produzindo os convites, o que mais influencia no preço é a qualidade do papel. “Tem o tamanho e o modelo também. Se é colorido ou preto e branco não muda muito o valor, mas se tiver a foto da pessoa na frente, no lugar de ter a imagem de algum santo, o preço aumenta”, explica. As igrejas também ganham dinheiro com essa história. Para citar o nome do falecido na missa de 7º dia as igrejas cobram entre R\$ 5,00 e até R\$ 10. (Disponível em: <<http://www.funerariaonline.com.br/News/Default.asp?idnews=5007>> . Acesso em: 17 mar. 2009).

Em 05 de dezembro do ano de 2004 o jornal *Gazeta de Alagoas* divulgou uma matéria intitulada “Detalhes fazem a diferença no valor do serviço” (FARIAS, 2004), em que descrevia os custos de um funeral:

Sepultamento em cemitério particular com urna presidencial e ceremonial completo não sai por menos de R\$ 5 mil

Os custos de um funeral são proporcionais ao quanto a pessoa falecida era querida, benquista ou tinha prestígio em vida. Há funerais que chegam a custar R\$ 100 mil – e não muito longe. “Em Recife, uma empresa fornece carroagens do século XIX para os serviços funerários. Ela possui um haras e todas as peças que usa são históricas. Tudo vai depender do quanto de homenagens se queira prestar. Mas, não há limites”, diz o empresário.

Em Maceió, um serviço considerado de classe média custa entre R\$ 2,5 mil e R\$ 3 mil e inclui traslado, porque há muitos casos em que se exige que o sepultamento seja num mausoléu particular ou na cidade natal da família, e, conforme o plano, recuperação facial.

Ao contrário de há anos, quando em casos de acidentes a urna ficava lacrada, agora os serviços oferecem técnicas de reconstituição. Com auxílio de uma foto, os especialistas garantem que a família possa prestar essa última homenagem sem o distanciamento de não poder ver o rosto de quem faleceu.

Os preços dos pacotes oferecidos pelas funerárias variam, em geral, de R\$ 250 a R\$ 6,5 mil. Segundo José Luís de Souza, sócio de uma funerária de Maceió, na primeira faixa o pacote inclui traslado do IML para o cemitério escolhido pela família, no perímetro de 100 quilômetros, preparação do local do velório, com

velas, tapete sob a urna funerária e vestes, que se resumem a uma mortalha ou a uma combinação de calça e camisa, quando trata-se de um falecido.

Outro serviço incluído no pacote é a decoração – não do local; mas, do próprio morto. “Serve para tirar o aspecto cadavérico. Para o homem, inclui fazer a barba; para a mulher, arrumar o cabelo”, explica Souza, que ostenta um curso em São Paulo sobre uma das formas de preparação, a aplicação de formol.

Existe ainda uma outra preparação para vítimas de acidentes violentos. Trata-se da restauração facial, mas que não está nesse pacote. Há conjuntos de serviços funerários que saem por R\$ 450,00, R\$ 600,00, R\$ 800,00 e até por R\$ 6,5 mil.

Este último inclui urna presidencial, a que abre lateralmente, que acabou imortalizada nos filmes de Hollywood; cerimonial completo, com coroas de flores e terno para o morto, e sepultamento em cemitério particular. Entretanto, a distância para o translado é a mesma. (FARIAS, 2004. Disponível em: <http://gazetaweb.globo.com/v2/gazetadealagoas/texto_completo.php?cod=59934&ass=11&data=2004-12-05> Acesso em: 17 mar. 2009)

Como os produtos e serviços para o funeral são relativamente caros, há hoje uma tendência de adquiri-los preventivamente, conhecida como *preneed* ou *preplaning funeral*. Essa ideia surgiu nos Estados Unidos, no final do século XX; e é creditada ao envelhecimento dos *baby boomers*, a geração pós-Segunda Guerra Mundial, nascida entre as décadas de 1946 a 1964, uma geração de consumo que está envelhecendo e impulsiona o crescimento das indústrias de serviços e produtos, inclusive a indústria do funeral.

Nessa nova cultura funerária emerge o processo de empresariação da morte. No Brasil, o empresariar do morrer surgiu no final dos anos de 1980 com os “Grupos”, empresas completas que agregam vários empreendimentos fúnebres (floricultura, casas velatórias, cemitérios, funerárias, etc.). Esses “Grupos” passaram a atuar com a finalidade de dar conta de todo processo do morrer: o antes (com os serviços de prevenção ao funeral), o durante (com todos os serviços de funeral) e o depois (com os serviços de assistência ao luto).

Portanto, os “Grupos” passam, nesta pesquisa, a ser os pontos de referência para situar o surgimento da empresariação do morrer. Muito embora a atuação de profissionais e instituições envolvidas com esse processo no Brasil seja bastante antiga, tais como as irmandades ou ordens terceiras que atuaram do século XVII ao XIX, organizando, dentre outras atividades, funerais para os “irmãos de fé” – como eram conhecidos os seus associados (REIS, 1991); ou mesmo a sociedade agrícola e pecuária dos plantadores de Pernambuco da segunda metade do século XX (que deu origem às ligas camponesas), organizada com a finalidade de auxiliar os camponeses com as despesas funerárias, evitando que fossem enterrados como indigentes e possibilitando aos seus associados um enterro digno. Aliás, essas sociedades funerárias trazem semelhanças com as *burial societies* inglesas do século XIX, formadas por gentes pobres que, inconformadas com a minimalização dos funerais quando da reforma protestante, poupavam para fugir da sina de ter um funeral indigente em vala coletiva (LAQUEUR, 1983).

Atualmente a estrutura desses “Grupos” especializados no ramo funerário não guarda nenhuma semelhança com essas organizações do passado, isto porque nelas não havia intenção lucrativa, mas apenas comunitárias para possibilitar o enterramento de seus associados. No caso das empresas contemporâneas que atuam no mercado funerário o axioma principal é o lucro.

Para entendermos e compreendermos as dinâmicas que organizam o processo do empresariar da morte foi realizada, nos anos de 2006 a 2008, uma pesquisa etnográfica em uma empresa que atua no segmento fúnebre da cidade de Maceió. Mas, como em toda pesquisa antropológica, o trabalho de campo tornou-se uma experiência fundamental em que foi possível traçar percursos e percalços até o delineamento do objeto em questão, sobre o qual passaremos a discorrer.

Passeio pelo campo dos mortos: primeiros passos e trilhas para a construção do objeto

Durante o mestrado em Antropologia do Programa de Pós-Graduação em Antropologia (PPGA) da Universidade Federal de Pernambuco (UFPE), nos anos de 2002 a 2004, realizei uma pesquisa etnográfica com os filhos e netos dos imigrantes judeus que chegaram em Pernambuco durante o período da Segunda Guerra Mundial e ajudaram a fundar a comunidade judaica pernambucana. Nessa pesquisa identifiquei quais os elementos culturais e religiosos mobilizados por este grupo na tentativa de manter um vínculo e uma identidade étnica num país que estava iniciando uma intensa campanha nacionalista (LIMA, I., 2004).

Percebi que um dos elementos encontrados pelos imigrantes judeus para continuarem pertencendo a um grupo étnico e garantir a legitimidade de suas fronteiras identitárias foi consolidado através das práticas de alguns rituais, entre eles os de morte e luto, que atuavam como símbolos de pertença, possibilitando a continuidade dessa identidade étnica mesmo em um ambiente propício à mudança. Portanto, o tema da morte e do morrer surgiu como interesse de pesquisa desde o Mestrado, porém relacionado a um grupo étnico.

Com o fim do Mestrado, fui convidada pelo professor Antônio Motta para participar de uma pesquisa que visava desenvolver trabalhos na área de patrimônio material e imaterial, através dos sistemas de objetos funerários e enterramentos nos cemitérios oitocentistas do

Brasil, com o objetivo de pensar novas formas de musealização dos cemitérios. Durante a pesquisa, outros elementos foram sendo considerados, e o foco da observação foi se deslocando para os cemitérios. A pesquisa, coordenada por Antônio Motta, contemplou os principais cemitérios brasileiros secularizados, dando ênfase especial às lógicas de enterramento da família e suas relações de parentesco; considerou também a emergência do individualismo nos cemitérios e a noção de pessoa. A experiência nessa pesquisa me motivou a conhecer o campo da morte na sociedade contemporânea, notadamente a dita cadeia produtiva e econômica da morte, através de ofertas de consumo mortuário.

No final do ano de 2004, fixei residência na cidade de Maceió, no Estado de Alagoas, em virtude de ter sido nomeada para lecionar numa Instituição de Ensino Superior naquele Estado. Ao chegar à cidade me deparei com vários anúncios publicitários, *merchandising* e comerciais de televisão que divulgavam produtos e serviços fúnebres oferecidos por uma empresa privada: o Grupo Parque das Flores. Então fui conhecer alguns desses produtos: os jazigos no Campo Santo Parque das Flores, um cemitério ajardinado localizado na cidade de Maceió. Em seguida conversei com a Diretora do local, que me recebeu com grande expectativa e disse que, apesar de o cemitério ter mais de trinta anos, foi somente no ano final do ano de 2000 que o Grupo Parque das Flores foi criado, quando uma equipe de Diretores resolveu agregar vários empreendimentos fúnebres (cemitérios, floriculturas, funerárias, capelas velatórias e empresa de plano assistencial funerário) em uma única empresa que gestaria todo o processo do morrer. Isso justificava a grande campanha publicitária para divulgação dos produtos e serviços.

Porém, o que me intrigava naquele momento era o consumo fúnebre. Queria saber se as pessoas de fato consumiam aqueles produtos e serviços e por qual motivo o faziam. Todavia, para entender as motivações do consumo, deveria compreender o que efetivamente estava sendo ofertado. Retomei os contatos com o Grupo Parque das Flores, sendo convidada para uma nova reunião com alguns de seus Diretores. Desta feita, apresentei minha proposta de pesquisa acadêmica, com a qual todos se mostraram interessados em contribuir, disponibilizando as informações necessárias.

Com a aprovação da administração do Grupo, criei o projeto de Doutorado, e, com a aprovação no Programa de Pós-Graduação em Antropologia, iniciei a pesquisa no ano de 2006. A primeira etapa consistiu em realizar um levantamento histórico nos acervos do Instituto Histórico Geográfico Alagoano (IHGAL) e Arquivo Público Estadual de Alagoas (APEAL), com a finalidade de coletar informações sobre os processos do morrer

(testamentos, enterramentos, criação de cemitérios, leis sobre sepultamentos, etc.) na sociedade alagoana dos séculos XVII e XVIII.

Na segunda etapa da pesquisa, iniciei propriamente as observações *in situ*, passando a frequentar velórios e sepultamentos que ocorriam no Campo Santo Parque das Flores. Os velórios e sepultamentos a que assisti eram os mais diversos, independia do tipo de morte, da idade e do sexo da pessoa morta, já que o que me interessava naquele momento era saber quais os produtos adquiridos pela família e utilizados nos rituais e como se organizavam os serviços funerários. Foram realizadas inúmeras observações de velórios e sepultamentos, inclusive de um ritual de exumação (retirada de ossos). Nessa etapa da pesquisa coletei algumas informações tanto em conversas formais (gravadas) quanto informais, realizadas com os jardineiros, mestres de cerimônia e equipe administrativa do cemitério.

O Grupo Parque das Flores possui várias equipes de Executivos de Venda de seus produtos e serviços. Uma das equipes é composta por executivos que oferecem o plano assistencial PréVida, destinado a atender uma camada da sociedade de pouca renda que sepultará seus falecidos em cemitérios públicos. O plano assegura o pagamento da taxa de sepultamento em cemitério público (caso o associado deseje sepultar em cemitério particular, terá que arcar com as despesas do sepultamento) e o corpo morto deverá ser velado na Central de Velórios ou na residência (caso o associado deseje realizar o velório em outro local, deverá arcar com as despesas). Outra equipe de Executivos de Venda oferece o plano assistencial Previparq do Agreste, destinado aos associados que residem no interior de Alagoas e que tenham adquirido jazigo no Campo Santo Parque do Agreste, localizado na cidade de Palmeira dos Índios. A outra equipe é composta pelos Executivos de Venda do plano assistencial funerário Previparq das Flores, um plano para os associados que tenham adquirido jazigo no Campo Santo Parque das Flores na cidade de Maceió².

A terceira etapa da pesquisa foi realizada somente entre Executivos de Vendas do plano assistencial funerário Previparq das Flores, que também oferecem jazigos no Campo Santo Parque das Flores. A opção por estes executivos ocorreu em virtude de já ter iniciado a pesquisa observando os velórios e sepultamentos realizados no cemitério Parque das Flores e pelo fato de que o perfil dos consumidores fúnebres que interessavam para a pesquisa era os que haviam sepultado seus falecidos em cemitérios ajardinados.

² Os planos assistenciais funerais são planos de serviço funerário adquiridos preventivamente, através do pagamento de uma taxa mensal que assegurará ao associado ou beneficiário toda a assistência no momento em que vier a falecer, ou se morrerem alguns dos beneficiários do plano (familiares e agregados).

A pesquisa junto a esses executivos foi realizada nas dependências do cemitério Parque das Flores, no local onde os vendedores se concentram para oferecer, via contato telefônico, os produtos e serviços. Observei, durante o período de três meses, os contatos telefônicos e realizei entrevistas (gravadas) com alguns Executivos de Vendas. Nesta etapa da pesquisa também foram realizadas conversas informais com a Gerente de Vendas e com o Supervisor de Vendas da equipe de executivos.

Já a quarta etapa da pesquisa foi realizada entre os consumidores fúnebres dos produtos e serviços do Grupo Parque das Flores, objetivando identificar a motivação para esse consumo. O perfil desses consumidores foi especificamente os que adquiriram jazigo no cemitério Parque das Flores e/ou plano assistencial funerário Previparq das Flores na forma preventiva, fossem eles usuários ou não usuários. O universo dos consumidores fúnebres pesquisados foi intermediado pelo Grupo Parque das Flores: a Assistente Social entrou em contato com os consumidores para solicitar-lhes a devida autorização. Outros consumidores foram selecionados através do meu círculo de amizades. Todas as entrevistas (gravadas) foram realizadas nas residências dos clientes.

Depois de familiarizada com o universo fúnebre, realizei a quinta etapa da pesquisa acompanhando o processo de higienização e preparação dos cadáveres executado pelos os agentes fúnebres da Funerária São Matheus, administrada pelo Grupo Parque das Flores. Foi realizado um primeiro contato com o administrador da funerária, e, em seguida, articulada, junto à secretaria da funerária, a forma como ocorreria minha intervenção. Ficou acordado que, quando ocorressem óbitos de clientes do Grupo Parque das Flores, os agentes fúnebres entrariam em contato e informariam o local em que seria realizado o serviço (normalmente, o necrotério do hospital onde ocorresse o óbito). Então, seguia ao encontro dos agentes e ficava observando os serviços de manipulação dos cadáveres, que são: lavagem, higienização, tamponamento³, vestes, necromaquiagem⁴, colocação do corpo no caixão, ornamentação do

³ O tamponamento consiste na inserção de um gel coagulante na boca, nariz, ouvido, reto e vagina do cadáver. Com auxílio de uma pinça e de algodão, os agentes fúnebres inserem um pó específico para tamponamento na boca (que em seguida é fechada com auxílio de uma cola labial), nos orifícios nasais (com cuidado para não forçar, visto que há muitas veias e vasos nos orifícios nasais, que, se estourados, provocam a expulsão de sangue). O tamponamento no ouvido, reto e vagina só ocorre quando *causa mortis* – uma hemorragia, por exemplo – possa fazer com que o corpo expila algumas secreções.

⁴ A necromaquiagem consiste na aplicação de um corante labial no cadáver, para intensificar a coloração dos lábios e minimizar a palidez cadavérica, e na aplicação de um corante facial, que é esborrificado na face e nas mãos para obtenção de uma tonalidade rosada. Ainda podem ser aplicados no cadáver cosméticos de uso cotidiano, tais como bases, pós faciais, batons, máscaras para cílios, *blush*, etc. Os vestígios deixados por acidentes, doenças ou tratamento – como picadas de agulhas, por exemplo – podem ser escondidos e maquiados.

caixão⁵ e traslado do corpo até o cemitério Parque das Flores, local das cerimônias de velório e sepultamento. Foram feitos cinco acompanhamentos de higienização e preparação de óbitos com os agentes da Funerária São Matheus. Também nesta etapa da pesquisa foram realizadas entrevistas (gravadas) com os agentes fúnebres.

Por fim, a sexta etapa da pesquisa consistiu na realização de entrevistas (gravadas) com os Diretores do Grupo Parque das Flores para coletar dados sobre o surgimento da empresa, os produtos e serviços oferecidos, bem como sobre as dificuldades encontradas na oferta e venda de produtos não procurados. Neste momento também foi realizado um levantamento de jornais impressos, no arquivo da *Gazeta de Alagoas*, que fizessem referência à história dos cemitérios de Maceió, sobretudo o cemitério Parque das Flores, aos eventos realizados nos cemitérios e às histórias de violação, desaparecimento de corpos e roubos nos cemitérios públicos.

No total foram realizadas vinte e quatro entrevistas gravadas, tendo sido entrevistados seis Executivos de Vendas dos jazigos e planos assistenciais funerários, dois Mestres de Cerimônias, dez clientes do Grupo Parque das Flores, consumidores de jazigos e planos funerários, quatro agentes fúnebres da Funerária São Matheus e dois Diretores do Grupo. Todas as entrevistas foram autorizadas pelos entrevistados, que assinaram um termo de consentimento livre e esclarecido, elaborado especialmente para este trabalho (termo em anexo).

Todos os indivíduos que participaram da pesquisa tiveram suas identidades preservadas nesta tese: seus nomes foram trocados por nomes de flores e plantas, conforme ficou acordado no ponto cinco do termo de consentimento livre e esclarecido. Ao final de cada entrevista com os clientes do Grupo Parque das Flores, foram feitas perguntas com o objetivo de identificar o perfil de consumo de cada cliente. Tais perguntas constaram de um questionário, baseado no Critério de Classificação Econômica do Brasil (CCEB), da Associação Brasileira de Empresas de Pesquisa (ABEP), que estima o poder de compra das pessoas e famílias urbanas, abandonando a pretensão de classificar a população em termos de

⁵ No processo de manipulação dos cadáveres outros serviços podem ser realizados, tais como: formolização (aplicação de formol nas artérias do cadáver, processo que normalmente é realizado quando há necessidade de trasladar o cadáver), tanatopraxia (técnica de preparação dos cadáveres visando à desinfecção e ao retardamento do processo de decomposição do corpo, através da aplicação de produtos químicos que possibilitem garantir uma aparência natural do corpo, evitando o extravasamento de líquidos e o aparecimento de inchaços), restauração facial (reparação ou reconstrução corretiva na face ou em outras partes do corpo deformadas em decorrência de acidentes de qualquer natureza, como: traumas, lacerções, cortes, entre outros).

classes sociais e se baseando no critério da divisão de mercado definida exclusivamente a partir do critério de classes econômicas⁶.

Os outros momentos da pesquisa consistiram em observar os eventos e encontros realizados pelo Grupo Parque das Flores (Dia de Finados, Dia dos Pais, Dia das Mães, Natal, Dia das Crianças e os encontros do PréVida); também consistiram em conversas informais com familiares dos mortos, Assistente Sociais, Assessores de Comunicação, Assessores Administrativos, Coveiros; além do acesso a comerciais, campanhas publicitárias e *merchandising* do Grupo Parque das Flores.

O material coletado para a pesquisa, além das entrevistas, contou também com fotografias de jornais, vídeos com depoimentos, palestras e comerciais de tv, um grande acervo de *folders* e fotografias de diversas temáticas e observações registradas em diários de campo, vídeos gravados em velórios e enterramentos, etc. As fotografias selecionadas para esta pesquisa preservaram a identidade de todos os indivíduos; foram, portanto, utilizadas de forma ilustrativa, sem a pretensão de denegrir a imagem de pessoas. As imagens dos rostos foram manipuladas por computador para impossibilitar o reconhecimento (exceto as imagens retiradas de alguma *website*, que são de domínio público).

Nos diários de campo constaram, além das conversas informais, os registros obtidos a partir de observações. Como o campo fúnebre é delicado, por envolver emoções e subjetividades, na maioria das vezes o pesquisador vê-se impossibilitado de realizar entrevistas, conversas ou arguições, sobretudo em momentos de velórios, sepultamentos, higienização e preparação de cadáveres. Muitas das informações colhidas em um campo fúnebre, portanto, são obtidas do silêncio, através dos gestos, do olhar ou das lágrimas. É o silêncio que fala, que diz e que traz informações.

É importante também enfatizar que a pesquisa foi realizada somente após autorização do Grupo Parque das Flores, através de uma carta de anuência (em anexo) encaminhada ao Comitê de Ética em Pesquisa da Universidade Federal de Pernambuco, que, de acordo com a Resolução n° 196/96 do Conselho Nacional de Saúde, aprovou e liberou a coleta de dados de acordo com o Registro CEP/CCS/UFPE n° 403/07 (em anexo).

⁶ Disponível em: <http://www.abep.org/codigosguias/Criterio_Brasil_2008.pdf>. Acesso em: 10 abr. 2008.

Quando o campo é dos mortos: os limites do fazer campo numa empresa funerária privada

Além das peculiaridades que envolvem os mortos e os vivos, fazer campo numa empresa funerária privada implica enfrentar alguns riscos. O primeiro obstáculo é fazer com que a pesquisa não se transforme em uma pesquisa aplicada ou um instrumento de porta-voz político e/ou comercial do grupo estudado (CARDOSO, 1986, p. 100. In: CARDOSO, 1986).

Sabemos que o trabalho de campo baseia-se na observação-participante ou participação-observante, enfatizando a relação de intimidade, a convivência com outras pessoas e a imersão em outra cultura. E que o envolvimento do pesquisador com seus informantes é uma premissa do trabalho do antropólogo. Porém, a relação de distanciamento é também fundamental para a análise antropológica.

Durante o período em que observava a dinâmica da atuação do Grupo Parque das Flores, fui, por diversas vezes, envolvida nos problemas estruturais da empresa. Em vários momentos fui procurada por trabalhadores que comentavam e denunciavam algumas situações cotidianas, com o objetivo, talvez, de me fazer uma porta-voz política ou uma pesquisadora militante. Então, durante todo o trabalho, precisei ter o cuidado de não reduzir a pesquisa à denúncia; caso contrário, poderia eliminar um dos passos mais importantes da pesquisa-participante: o estranhamento como forma de compreensão do outro (CARDOSO, 1986, p. 100. In: CARDOSO, 1986).

As situações vivenciadas durante o trabalho de campo possibilitaram delimitar o grau de proximidade e distância entre a pesquisadora e os pesquisados, fundamental para permitir a percepção dos problemas enfrentados cotidianamente no espaço de uma empresa particular e o entendimento das relações sociais estabelecidas naquele ambiente, bem como as relações de poder existentes no universo da empresa.

No início da pesquisa, encontrei o mesmo dilema vivenciado por todo e qualquer antropólogo em campo, seja este campo uma empresa privada, pública ou mesmo um grupo étnico: a mudança no cotidiano provocada pela simples presença do pesquisador. No entanto, esta situação foi logo resolvida.

O meu impacto como pesquisadora que estava estudando e analisando uma empresa privada fez surgirem outros dilemas. A minha rápida aceitação no grupo e na empresa trouxe a apreensão de que a pesquisa fosse percebida como um elemento de divulgação comercial. Portanto, tive que deixar claro ao grupo que a pesquisa não resultaria num instrumento de

propaganda e publicidade para benefício do Grupo Parque das Flores, tampouco reduziria a pesquisa apenas a uma crítica ao processo de gestão da morte pelas empresas privadas. O que se pretenderia mostrar seria como e por que o atual processo de morrer se tornou objeto de mercado e de consumo a partir da etnografia realizada no Grupo Parque das Flores.

Outro momento de apreensão na pesquisa ocorreu numa reunião com a Assessora de Comunicação e Gerente de Relacionamento do Grupo Parque das Flores, com o objetivo de explicar a pesquisa e delimitar como seriam realizadas as abordagens aos funcionários e clientes da empresa.

Minha intenção nesta reunião era estabelecer um diálogo e manter uma relação baseada no modelo dialógico da etnografia, com a finalidade de evitar uma suposta isenção científica, ou seja, posturas adotadas pelos pesquisadores que impedem informar o entrevistado sobre o conteúdo da pesquisa. Tentei transformar a relação entre pesquisadora e pesquisado numa “via de mão dupla”, para criar um campo de interação, de forma a evitar que o trabalho de campo se resumisse apenas a uma relação de respostas às perguntas efetuadas pela pesquisadora. Oliveira (2000, p. 24) chama atenção de que, para se estabelecer um diálogo entre iguais o informante deve ser transformado em interlocutor, e Silva (2006, p. 57) sugere que o estabelecimento de uma aliança com os “nativos” e a explicitação da pesquisa etnográfica são essenciais para uma possível aproximação.

Então, na reunião, tentei explicar o que seria a pesquisa etnográfica, mas essa tentativa foi frustrada. Após a exposição sobre os objetivos da pesquisa e como percebia a gestão da morte pelas empresas privadas, a Assessora de Comunicação e Gerente de Relacionamento do Grupo Parque das Flores disse que “eu estava enxergando o trabalho deles como ‘verde’, mas que eles não eram ‘verdes’ e sim ‘azuis’” (notas do diário de campo). Utilizou esta metáfora com o objetivo de informar que eu estava equivocada em relação às ações da empresa, à forma e aos argumentos que a empresa utiliza para oferecer os produtos e serviços; insinuou que eu estava interpretando a ação da empresa da forma como eu queria que ela fosse e não como ela realmente é.

Relendo um de meus diários de campo, encontrei uma anotação sobre o constrangimento surgido a partir do tipo de interlocução estabelecida durante a reunião:

A todo momento ela queria me convencer de que era isso que eu tinha que ver e sentir. Na verdade, era como se ela estivesse dizendo para mim: “É assim que você tem que enxergar o nosso trabalho, caso contrário tudo é inviável”. Tudo que eu argumentava, ela contra-argumentava. Não aceitava minhas colocações. Foi sinceramente muito complicada e tensa a conversa. Houve uma pressão muito forte para que eu enxergasse da forma como eles queriam. Senti isso. Não sei se fiz bem em argumentar com ela a respeito do que eu achava sobre o trabalho deles (da empresa). Seria interessante apenas ouvir? (notas do diário de campo).

DaMatta (1987, p. 163. In: DaMATTA, 1987) utiliza um importante exemplo que nos auxilia a refletir sobre as interpretações aferidas pelos pesquisadores sobre determinadas ações dos grupos sociais:

Um sociólogo pode assistir a uma disputa mortal entre grupos de uma sociedade e dizer que aquilo é uma guerra causada por fatores econômicos e demográficos; ao passo que os membros da sociedade implicados no conflito podem dizer que a tal <<guerra>> era apenas um ritual de vingança, destinado a limpar a honra do grupo local ameaçado pelos seus irmãos de uma outra aldeia. A causa final para a sociedade em estudo, nada tendo a ver com um conflito aberto e violento (que nós chamamos de <<guerra>>), mas com o comportamento dos mortos em relação aos vivos e dos membros de duas comunidades que estavam se juntando. Pergunto: quem tem razão? Se reduzirmos todos os conflitos mortais à categoria de guerras, então o trabalho de campo e o conhecimento antropológico da diferenciação humana é algo totalmente inútil.

A partir dessas considerações de DaMatta, penso que talvez em determinado momento da pesquisa, sobretudo no início da inserção de campo, tenha reduzido o Grupo Parque das Flores à “categoria de guerras”, ou seja, talvez tenha atribuído um dado valor às ações da empresa sem me interessar por seus reais motivos, quando, na verdade, deveria ter exercitado o ouvir antropológico antes de aferir qualquer hipótese, conforme alerta DaMatta (1987, p. 164. In: DaMATTA, 1987): “antes de termos aferido o evento pelo nosso sistema de classificação, é preciso saber como a sociedade em estudo o faz”.

Superadas essas armadilhas iniciais, comecei a “ser percebida” pelo Grupo Parque das Flores, sobretudo quando foram modificadas as assessorias de comunicação e de administração, no ano de 2007. A nova Assessora de Comunicação me convidou para participar de algumas atividades no Grupo (entrevistas e depoimentos sobre a empresa) e possibilitou novos acessos e discussões sobre a política da empresa. Enxerguei nessa possibilidade uma nova chance de fotografar a realidade vivida, sem a preocupação inicial de reduzir a pesquisa à ação, à militância ou à um elemento de divulgação comercial.

Em outro momento da pesquisa me deparei com alguns dilemas, principalmente quando foram estabelecidas as estratégias para a abordagem dos consumidores fúnebres, já que os dados desses consumidores teriam que ser oferecidos pelo Grupo Parque das Flores, através de um levantamento entre seus clientes. Por este motivo, surgiram alguns questionamentos, tais como: como conversar com os consumidores fúnebres sobre os produtos e serviços adquiridos e utilizados, sem que eles se sentissem incomodados por terem que se lembrar da morte de algum parente? Como abordar os consumidores sem que eles interpretassem essa abordagem como uma invasão à privacidade, o que colocaria em risco a credibilidade e a confiança sobre a empresa?

Em conversa com a Assistente Social do Grupo Parque das Flores, ficou acordado que

ela ficaria com a função de intermediar os contatos com os clientes com a finalidade de solicitar autorização para que participassem da pesquisa. Quando algum consumidor preventivo usuário autorizava participar da pesquisa, a Assistente Social repassava o contato do cliente para que fosse marcado o local e a data da entrevista. Entretanto, nem todos os consumidores estavam dispostos a falar: de uma listagem com mais de quarenta clientes do Grupo Parque das Flores (preventivos e usuários), apenas três aceitaram participar da pesquisa.

As orientações metodológicas sugerem que devemos investigar um número representativo de pessoas e observar todas as suas atividades, mas nem sempre isso é possível. Com relação ao universo de consumidores fúnebres surgiu uma grande dificuldade em relação aos aspectos quantitativos da investigação, ou seja, o número de informantes que subsidiariam as análises, já que se pressupõe que, ao relatar a experiência da compra de um produto ou serviço, os consumidores lembrarão a sensação de ter perdido um familiar e muitos não suportam falar sobre este assunto. Busquei então meus círculos de amizades na tentativa que alguém conhecesse um cliente usuário preventivo do Grupo Parque das Flores e o indicasse para a pesquisa. Assim, consegui estabelecer contato com um número significativo de clientes, fundamental para uma análise densa.

Todas as entrevistas foram realizadas nas residências dos consumidores. Todos os entrevistados disseram que haviam autorizado minha presença e consentido a entrevista porque a Assistente Social havia entrado em contato com eles anteriormente. Portanto, o que poderia a princípio ser caracterizado como um problema ou dificuldade no trabalho de campo foi percebido como estratégias para identificar as etiquetas, os códigos e as regras do grupo pesquisado, pois todas essas situações vivenciadas serviram para refletir tanto sobre a estrutura da empresa e as relações que estabelece com seus clientes, quanto à maneira como os clientes se relacionam com a empresa, sobretudo a relação de confiança que os consumidores depositam em relação aos produtos e serviços adquiridos.

Como se sabe, o trabalho de campo é marcado por imponderáveis. Inúmeras foram as situações difíceis enfrentadas durante a pesquisa: o desconforto da empresa diante da presença de uma pesquisadora observando o seu cotidiano; a tentativa de alguns trabalhadores em fazer da pesquisadora uma porta-voz de suas expectativas em relação à empresa; o constrangimento surgido a partir de algumas tentativas de interlocução; a interferência da empresa em relação à forma como estabeleci o contato com os consumidores com objetivo de não incomodá-los; e a reticência dos consumidores em realizar as entrevistas.

Então, como o pesquisador deve se comportar diante dessas circunstâncias? Como

realizar uma etnografia com todas essas situações? Penso que o trabalho do antropólogo consiste também em passar por esses constrangimentos e por essas situações arriscadas que marcam a inserção em um determinado campo. Uma situação de risco pode ser também apreendida como um processo da pesquisa. Neste caso, caberá ao pesquisador tirar proveito teórico e metodológico desses obstáculos.

As armadilhas, os riscos e os obstáculos pelos quais passa o antropólogo devem se tornar elementos para compreensão das representações etnográficas dos grupos estudados. Silva (2006, p. 117) alerta que o trabalho de campo como técnica de pesquisa deve servir não só como condição para a realização do trabalho científico antropológico e como condição para a construção da etnografia, mas como um objeto do saber etnográfico para melhor compreensão da alteridade.

Em relação à pesquisa de campo com o Grupo Parque das Flores e seus clientes, procurei transformar as situações arriscadas em benefícios teóricos e metodológicos para o estudo.

A expectativa da empresa em relação à etnografia que realizava me levou a concluir que o trabalho de campo é um momento de negociação de conhecimento, implica uma lógica de negociações estabelecida entre a pesquisadora e o pesquisado (a empresa). Essas situações de troca, de reciprocidade, são elementos que marcam o ofício do antropólogo.

Perceber o trabalho de campo como um momento em que o antropólogo está diante de um jogo de regras, códigos de condutas e comportamentos, foi imprescindível para compreender a interferência da empresa no que diz respeito às técnicas de abordagem aos clientes e a relação que os consumidores estabelecem com a empresa, inclusive quando só aceitaram participar da pesquisa através da intervenção da Assistente Social.

As armadilhas da pesquisa também se fizeram presentes a partir da familiaridade com o objeto de estudo. O tema da morte e do morrer investigado era familiar e conhecido, pois integrava o meu universo social e ideológico. Adquirir produtos e serviços fúnebres (urnas, jazigos, planos assistenciais, etc.) é situação vivenciada no cotidiano. Desta forma, o campo faz parte do meu esquema de classificação e da minha visão de mundo. Tive então que executar o autoexorcismo, ou seja, superar o familiar e transformá-lo em algo estranho. Assim, tive que exercitar o *anthropological blues* (DaMATTA, 1987, p. 169. In: DaMATTA, 1987).

Quando os nativos são cadáveres e os familiares os interlocutores: As subjetividades no campo fúnebre

Para a realização da pesquisa de campo, me coloquei, em alguns momentos, em posição de funcionária/estagiária da empresa, principalmente durante as observações de velórios e sepultamentos, quando a equipe do Campo Santo Parque das Flores, composta pelo Mestre de Cerimônias, Jardineiros e Assistente Social, se dirigia às capelas velatórias para finalizar o ritual de velação do corpo e iniciar a inumação. Também utilizei esta estratégia quando realizei as observações da manipulação dos cadáveres junto aos agentes fúnebres da Funerária São Matheus.

Esta estratégia foi sugerida por mim e acatada pelos Diretores do Grupo Parque das Flores, pois tinha receio da reação das famílias se soubessem que estava ali observando os velórios, os sepultamentos e a preparação do corpo de seus entes, na condição de pesquisadora/antropóloga.

A premissa de assumir o papel temporário de funcionária/estagiária da empresa foi um limite colocado por mim como pesquisadora, pela minha sensibilidade e pela minha emoção ante o meu campo, já que sentia que estava invadindo um espaço privado, embora ninguém (nem os familiares, nem os Diretores da empresa) houvesse me dito que não poderia gravar, fotografar, perguntar, enfim ter um relacionamento interpessoal com os familiares enlutados. Talvez a observação dos velórios, dos sepultamentos e da preparação dos cadáveres inquietasse mais a mim, como pesquisadora e como pessoa, do que aos meus observados (os familiares), já que estes sequer sabiam ou percebiam minha presença naquele momento marcado por fortes emoções. Afinal, era reconhecida como membro da equipe de serviços do Grupo Parque das Flores.

Mesmo adotando esta estratégia, a pesquisa teve alguns momentos delicados. Um deles ocorreu durante o velório de um senhor de sessenta e sete anos de idade. Quando me dirigi, juntamente com a equipe de funcionários do Campo Santo Parque das Flores para a capela onde estava sendo velado o corpo, com o objetivo de encerrar a cerimônia de velório e iniciar o ritual de sepultamento, uma pessoa me abordou. Era o sobrinho da pessoa falecida, que, coincidentemente, trabalha comigo na mesma instituição de ensino superior e me perguntou: “Você conhecia o meu tio?”. Eu jamais esperava me deparar com essa situação, o que me deixou extremamente constrangida, sem saber sequer o que responder. Como poderia dizer: “Não, não conhecia seu tio. É que ele faz parte de meu objeto de estudo!”? Diante de meu constrangimento, ele (o sobrinho do morto) entendeu, lembrou-se da minha pesquisa do

Doutorado, sorriu e disse: “Ah! Não. Claro que você não conhecia meu tio, é que tu tá fazendo tese aqui, né? Nossa! Então quer dizer que meu tio é teu objeto de estudo!”. Então, descontraído, comentou com alguns dos familiares presentes que “o tio dele era meu objeto de estudo”. E, até hoje, quando ele me encontra no ambiente de trabalho, comenta essa situação constrangedora e, ao mesmo tempo “engraçada”.

Outro momento delicado da pesquisa ocorreu quando estava observando a higienização do corpo de um senhor de, pelo menos, oitenta anos de idade. A funcionária da Funerária São Matheus entrou em contato comigo, às quatro horas da manhã, me informando de um óbito no hospital da Unimed e que a equipe de agentes fúnebres estava se deslocando ao local, mas se esqueceu de avisar aos agentes sobre a minha presença no lugar (o necrotério do hospital). Eu já havia realizado outras observações de acompanhamentos, porém nunca com esta equipe.

Quando cheguei ao local do óbito, a equipe, composta por dois agentes fúnebres, que já estava manipulando o corpo, ficou sem entender a minha presença ali. O filho e o sobrinho do morto, que também estavam presentes no necrotério do hospital, se entreolharam. Um deles questionou os agentes fúnebres sobre a minha presença. Os agentes (também sem entender, pois sequer sabiam quem eu era) informaram que eu era a Assistente Social do Grupo Parque das Flores e que estava ali para prestar uma assistência aos enlutados (já que é comum as Assistentes Sociais participarem também desse tipo ritual). Em seguida, um dos agentes fúnebres me alertou de que seria mais prudente sair da sala de necrotério e prestar assistência à esposa do morto. Eu, constrangida, não me senti à vontade para dizer que era uma pesquisadora que estava observando o trabalho dos agentes fúnebres, já que na sala do necrotério se encontravam duas pessoas pertencentes à família do morto. Tive receio da reação dos familiares, que, inclusive, poderia trazer prejuízos jurídicos e administrativos à empresa. No momento, a única reação que tive foi dizer que não era Assistente Social, mas que trabalhava no setor de serviço de qualidade da empresa e estava ali para avaliar o serviço que estava sendo prestado pelos agentes fúnebres e para verificar se a família estava satisfeita com o referido serviço.

Esta reação trouxe outro momento de constrangimento, sendo que desta vez com os agentes fúnebres, que não gostaram sequer da minha presença, porque acreditaram realmente que estava avaliando suas funções. Esperei o momento em que os familiares saíram da sala do necrotério para contornar a situação, explicando os reais objetivos da minha presença naquele local.

Poderia narrar várias outras situações, inclusive mais dramáticas, sobretudo quando se

tratava de mortes de jovens em decorrência de acidentes ou de crianças. Uma delas e que reflete bem o desafio de campo nestas condições ocorreu quando participei do velório de uma jovem mãe e de sua filha ainda criança, mortas em acidente. Chegando ao local do velório, juntamente com a equipe do Grupo Parque das Flores, fui confundida novamente como Assistente Social (que já estava a caminho) para dar apoio psicológico ao pai que havia perdido sua esposa e sua filha, que morreram em um acidente automobilístico, ocasionado por ele próprio (o pai) quando conduzia o veículo. Tal situação foi uma das mais constrangedoras por mim vivenciadas durante a pesquisa. Primeiro por se tratar de uma morte em circunstâncias dramáticas, o que efetivamente procurei evitar. Segundo porque tive que representar um papel para o qual não estava preparada e, por conseguinte, extrapolava os objetivos da pesquisa, já que o foco insidia no consumo e não no campo ritual das emoções. Relendo as anotações de campo, a situação inesperada me colocou numa posição desconfortável na medida em que fui obrigada a assumir momentaneamente o papel de consolar o filho de doze anos da falecida, acompanhado da tia, que chegava ao local.

Evidentemente que essa situação em particular, para a qual não estava preparada, me obrigou a repensar os limites do campo, pois naquele momento acabei me envolvendo com uma criança que em desespero clamava pela mãe. Por mais tentador que fosse me manter numa posição mais distanciada, controlada e imparcial, o impacto da cena era mais forte do que qualquer pressuposto etnográfico perseguido pelo pesquisador.

Essas e outras situações me obrigaram a refletir sobre os próprios limites de minha atuação no campo, como já bem lembrava Michel Leiris em *A África Fantasma* (2007).

São limites a serem desafiados também pelos que trabalham no mercado funerário. Pela própria natureza dos serviços prestados, é comum se ouvir que o indivíduo acaba por naturalizar a morte dos outros. Numa conversa informal, a atendente da funerária do cemitério Parque das Flores me confidenciava que, quando começou a trabalhar naquele lugar, “perdeu a sensibilidade diante do desespero”. Afinal, no campo fúnebre o “se acostumar” ou o “perder a sensibilidade” significa criar estratégias para se proteger da dor dos outros, isto é, não se envolver com o sofrimento alheio. Esse sentimento é também compartilhado por vários outros profissionais do Grupo – inclusive, não é raro se ouvir essa mesma lógica da parte dos profissionais da saúde, especialmente os médicos de UTI.

Esta também foi uma das estratégias que adotei no decorrer do trabalho de campo. No início de minhas observações de velórios e sepultamentos chegava ao auge da exaustão física e mental. Cheguei até mesmo a pensar em desistir desta empreitada. Para não abandoná-la, necessitava encontrar uma forma compensatória qualquer que não me deixasse desviar do

foco do trabalho que, em última instância, não era o sofrimento dos parentes do morto, nem o campo das emoções, mas os mecanismos do consumo fúnebre. Entretanto, a cadeia produtiva de consumo de bens fúnebres me demandava cumprir etapas, entre as quais participar dos rituais de preparação do cadáver, de velórios e de sepultamentos, doravante mais prevenida de meus limites.

Então, observar velórios, sepultamentos e manipulações de cadáveres revela que o trabalho de campo é marcado também por uma intensa relação de subjetividade e de carga efetiva, que acaba, muitas vezes, interferindo na sensibilidade e na subjetividade do pesquisador. Afinal de contas, sentimento e emoção são “os hóspedes não convidados da situação etnográfica” (DaMATTA, 1987, p. 169. In: DaMATTA, 1987).

Os momentos da pesquisa de grande carga afetiva e emocional ocorreram também durante as entrevistas com os consumidores usuários de produtos e serviços fúnebres. Embora minha intenção ao entrevistá-los estivesse focada no tipo de serviço e produto que fora adquirido, na maioria das vezes os entrevistados relatavam a utilização dos serviços e produtos quando da realização de algum funeral, portanto, não havia como não enfocar a experiência da perda de um familiar.

Uma dessas situações ocorreu quando entrevistei uma senhora de setenta e nove anos de idade que me contou que adquiriu uma concessão de jazigo no Campo Santo Parque das Flores e se associou ao plano Previparq das Flores. O primeiro a fazer uso dos serviços e dos produtos fúnebres foi seu único filho, de quarenta e seis anos de idade, que, ao descobrir um câncer na garganta, faleceu após passar nove dias hospitalizado. A entrevistada narrou o momento exato em que soubera do falecimento de seu filho:

Ele estava passando mal, ele botou aquela cânula assim, ele não falava, ele escrevia, ele estava com um médico e todos sabiam que não ia ter cura, somente eu que não sabia e ele também não sabia não, mas ele previu, previu, ele disse, falava por acenos [acena], dizendo que ia, que não tinha jeito. Quando foi no dia que ele faleceu, que a gente ia, a gente revezava. Ele não queria que eu fosse, porque ele ia chorar e perturbava e ele não podia ficar chorando e eu via o estado que ele estava e eu não suportava, podia também morrer. E a minha filha lá [no hospital] com a cunhada e a sobrinha, a gente revezava, eles passavam um horário, outro horário, a noite, era assim, revezando. Aí chegou uma hora que eu era telefonando de instante em instante e cadê? “Não me dão notícia. Me dá notícia? Me dá notícia?” [Perguntou para a filha que estava no hospital] “Não, não, a gente está resolvendo aqui uma coisa” [respondeu a filha] Aí eu disse: “Vocês estão demorando, quem é que vai revezar? Quem é que vai revezar?” [perguntou para a filha que estava no hospital] “Ah! Não, a gente vai buscar a roupa dele, que ele foi para não sei aonde, ele teve uma piorinha, ele está na UTI, e não sei o que, não sei o que, e a gente vai buscar a roupa dele lá no quarto” [respondeu a filha]. Eu disse: “Ai, meu Deus, meu filho morreu, morreu, morreu, morreu, morreu”. Eu entendi...
(Entrevista com Dália, realizada em 09 de julho de 2008)

Como a pesquisadora pode ficar neutra e não se emocionar, chorar, diante do relato de

uma mãe que perdeu seu único filho, vítima de um câncer na garganta, e que diz, “Eu nunca esperei de sepultar o meu filho, pensava que ele era que iria me sepultar”?

Jaggar (1997, p. 169. In: JAGGAR; BORDO, 1997) alerta que determinadas emoções (desprezo, desgosto, vergonha, revolta, medo, fúria, tristeza e paixão) podem inibir a investigação de certas situações ou fenômenos, podem trazer interpretações errôneas sobre o que outras pessoas dizem e podem provocar desatenção em relação a alguns aspectos ou situações.

No caso da pesquisa de campo que realizei no Grupo Parque das Flores, algumas das minhas subjetividades e emoções podem, de fato, ter inibido a análise de alguns fenômenos ou situações ocorridas. Quando realizei os acompanhamentos e preparação de cadáveres, evitei situações que envolvessem observar manipulação de cadáveres de crianças, decompostos ou de pessoas cuja *causa mortis* tivesse sido resultado de uma morte violenta (afogamento, atropelamento, acidentes cujo corpo estivesse carbonizado, assassinatos⁷, etc.). Entretanto, acredito que essas exigências fizeram parte do limite emocional da observação e do observador. Além do mais, acredito também que o fato de ter evitado observar a manipulação desses cadáveres não alterou o objetivo da pesquisa, uma vez que sabia que não era necessário passar por esse momento emocional e trágico para analisar o mercado e o consumo dos produtos e serviços fúnebres.

Woodthorpe (2007) realizou uma pesquisa num cemitério em Londres entre 2003 e 2004 para entender como os grupos percebiam a experiência da paisagem cemiterial e os significados do luto contemporâneo. Ela descreveu a observação no cemitério como *a highly charged activity*, fazendo-a refletir que era um ser humano capaz de experimentar uma gama de emoções, de sentir empatia e compaixão pelos outros, o que a fez se autoidentificar não como uma investigadora, mas como um ser humano (de carne e osso).

Ao sair do campo, Woodthorpe notou que tinha sofrido com a experiência, já que pensava e refletia sobre a morte. A partir desse momento, entendeu a dificuldade que teve em tentar dividir o que ela estava observando com seus próprios sentimentos sobre a morte. Então, percebeu que havia uma relação entre os dados coletados durante a pesquisa e os processos emocionais do pesquisador. Os dados obtidos em campo estavam associados às

⁷ A única manipulação, velório e sepultamento de um cadáver vítima de assassinato a que assisti foi do sobrinho de uma das Executivas de Vendas, morto aos dezessete anos de idade, com três tiros, pois entendi que seria interessante para fazer uma análise comparativa, uma vez que os Executivos de Vendas oferecem serviços e produtos para os consumidores fúnebres e, nesse caso específico, ela (a Executiva de Vendas) havia se transformado em consumidora e cliente do Grupo Parque das Flores. Dias depois do sepultamento, entrevistei a Executiva de Vendas que, a partir daquele momento, se comportava não mais com o *status* de uma vendedora, mas com o *status* de uma consumidora.

emoções sentidas pela pesquisadora em campo. A partir daí, esses dados passaram a ter outros significados, a ponto de fazê-la perceber a complexidade emocional do que estava ocorrendo.

Reconhecer o estado emocional na pesquisa é um negócio arriscado para os pesquisadores sociais, diz a autora, pois pode colocar em risco os dados e pode fazer com que o pesquisador seja entendido como vulnerável, imparcial e preconceituoso. Entretanto, ao não fazer isso (reconhecer o estado emocional), o pesquisador pode ser cobrado por ser demasiado positivista. O que está em jogo para Woodthorpe não é o fato de o investigador refletir ou não sobre suas emoções dentro das pesquisas, mas reconhecer que essas emoções transmitem credibilidade e possibilitam uma análise mais densa da cultura. Assim, a autora é favorável ao pressuposto de que o impacto das emoções sobre o pesquisador é uma forte e poderosa ferramenta para interpretar e analisar os dados. Esta foi uma das premissas assumidas por mim durante o trabalho de campo.

A morte e suas perspectivas teóricas

O tema deste trabalho está intimamente ligado ao aparato teórico da antropologia da morte (THOMAS, 1993), que demonstra que a vida moderna produziu elementos que modificaram a visão da morte, mas, sobretudo, aos estudos sobre a economia mortuária nas sociedades contemporâneas.

A morte foi tema importante tratado pela antropologia. O próprio legado antropológico está fundamento nos estudos sobre os rituais de morte das sociedades ditas “árcaicas”. Tylor e Frazer ressaltaram o quanto a morte e o estudo dos ritos fúnebres eram importantes para compreensão da cultura. Malinowsky observou que as cerimônias fúnebres eram essenciais para o restabelecimento da ordem social. Radcliffe-Brown considerou que a função dos ceremoniais funerários estava relacionada ao processo de coesão social. Lévi-Strauss assinalou que as práticas funerárias variavam conforme grupos e que em algumas sociedades a morte de um membro significa um prejuízo para todo o grupo. Durkheim percebe a morte intimamente relacionada com os ritos piaculares que se celebram na inquietude ou na tristeza.

Na tradição das pesquisas antropológicas houve uma preocupação em descrever os rituais de morte e as cerimônias fúnebres das sociedades ditas “frias”. Essas cerimônias e

rituais eram explorados dentro de um contexto mais expressivo da cultura, como a religião, por exemplo.

Porém, Marcel Mauss percebeu os ritos de morte não somente como um fenômeno natural que marca a passagem da vida, mas como fenômeno sociocultural, pois a ideia de morte sugerida pela coletividade traz um efeito físico no indivíduo, além de tratar a morte como um fato social total.

Mas foi Van Gennep que percebeu a morte como um campo ritual, como algo em si e não como apêndice de um mundo religioso. Os ritos são para Van Gennep um elemento importante para a compreensão da vida social, privilegiou, portanto, a sequência de um ritual para entender o sentido dos ritos e mostrar como os indivíduos, grupos e sociedades organizavam sua vivência ceremonial.

Na interpretação sobre as cerimônias e os rituais fúnebres, Van Gennep afirma que eles marcam a passagem de um estado para outro. Assim, as cerimônias compreendem uma série de sequências formais no sentido de marcar, simbolizar ou dramatizar separações, margens ou agregações. Nessa perspectiva, o ritual de morte abrange um período pré-liminar, caracterizado pela separação dos mortos do mundo dos vivos; liminar, celebrado pela estadia mais ou menos longa do cadáver, e pós-liminar, que se refere a agregação do morto a outro mundo.

Nos estudos sobre os rituais, Victor Turner enfatiza que os ritos revelam valores mais profundos, pois a partir deles os homens expressam aquilo que os toca mais intensamente. É nos ritos que os valores dos grupos são revelados: eles são a chave para a compreensão da constituição essencial das sociedades humanas, pois eles não são somente expressões econômicas, políticas e sociais, mas são “decisivos indícios para a compreensão do pensamento e do sentimento das pessoas sobre aquelas relações, e sobre os ambientes naturais e sociais em que operam” (TURNER, 1974, p. 19).

Turner (1974) classifica os rituais como ritos de elevação de *status* e ritos de inversão de *status*. Os ritos de elevação de *status* fazem parte dos ritos de crise da vida, que pressupõem momentos de nascimento, puberdade, casamento e morte. Já os ritos de inversão de *status* fazem parte daqueles fixados pelo calendário, que são os realizados dentro do ciclo produtivo anual. Sendo assim, os ritos de morte podem ser caracterizados pela elevação do *status* individual, sob o qual o sujeito ritual é conduzido da posição mais baixa para a mais alta.

Sendo um campo ritual, a morte é caracterizada pelo seu poder transformativo, ou seja, um ritual que induz seus participantes a perceberem de uma nova forma o seu universo

(GEERTZ, 1989). Apreender a morte como um campo ritual significa que ela se apresenta como importante para a compreensão da manutenção e transformação das estruturas socioculturais.

Atualmente a atitude coletiva frente à morte das sociedades ditas “quentes” tem sido cada vez mais abordada pelos pesquisadores das mais diversas áreas de conhecimento: antropólogos, sociólogos, historiadores e psicólogos, particularmente.

As pesquisas dos historiadores franceses Philippe Ariès (2003, 2000, 1990) e Michel Vovelle (1996, 1988) desbravaram as maneiras de como a morte era percebida pelas sociedades ocidentais. Robert Hertz (1960) em estudo pioneiro investigou as representações coletivas sobre a morte. Já o sociólogo Norbert Elias (2001) se dedicou a verificar como as atuais atitudes diante da morte contribuem para trazer a solidão dos moribundos. Há, portanto, uma vasta bibliografia que discute o tema das cerimônias e rituais fúnebres (Van Gennep, 1977; Michel Vovelle, 1996, 1988; Phillippe Ariès, 2003, 2000, 1990; Norbert Elias, 2001; Edgar Morin 1997; Louis Vincent Thomas, 1993, 1989, 1981), que discute a relação do comportamento médico com o fenômeno da morte (David Sudnow, 1971) e que discute a temática cemiterial (Jean-Didier Urbain, 1989).

No campo da economia da morte, ao qual essa pesquisa se filia, alguns autores estrangeiros começaram a tratar da questão. Os de língua inglesa são os que mais contribuíram para o aprofundamento desse assunto: Richard Huntington e Peter Metcalf (1979), discutiram sobre a universalização das celebrações da morte. Robert Habenstein e William Lamers (1962), apresentaram a história dos funerais directors norte-americanos. O trabalho de Jéssica Mitford (2000), um *best-seller* norte-americano escrito em 1963, apresenta o surgimento e a atuação da indústria do funeral nos Estados Unidos, e o trabalho de Ruth Mulvey Harmer (1963), assim como Mitford, tece severas críticas ao estilo de agir dos agentes fúnebres norte-americanos. Também Geofrey Gorer (1965), num pioneiro e polêmico trabalho, mostra que no século XX a morte se tornou um tabu, substituindo o sexo como principal interdito até então. Este diálogo se mostrou importante para compreender como surgiu a indústria fúnebre brasileira, suas semelhanças e diferenças com a indústria do funeral norte-americana.

No Brasil os estudos sobre o tema da morte têm sido pouco explorados. Gilberto Freyre (1998) percebeu a analogia entre os jazigos e as relações familiares no Brasil oitocentista. Manuela Carneiro da Cunha (1978) percebeu que a relações dos índios Krahó com a morte e com o mundo dos mortos está circunscrita à vida dos vivos. Em José Carlos Rodrigues (2006b) temos um painel histórico e antropológico sobre a morte no Brasil. José de

Souza Martins (1983) organizou uma coletânea de artigos sobre as mais diversas temáticas que priorizam a morte e os mortos na sociedade brasileira. Roberto DaMatta (1985. In: DaMATTA, 1985) aponta a existência de dois tipos de sociedades nas suas relações com a morte: as sociedades individualistas, que se preocupam com a morte e descartam o morto; e as sociedades relacionais, que se preocupam com o morto e descartam a morte. Para o autor, na sociedade brasileira encontra-se o sistema relacional, pois se fala mais dos mortos do que da morte.

Estudos sobre o comportamento social brasileiro perante a morte no final do século XIX são revelados por João José Reis (1991, 1997). Já os rituais fúnebres e a escatologia católica da morte foram objetos de estudos de Mízia Lins Reesink (2003). A análise da arquitetura e arte funerária foi explorada por alguns autores brasileiros, destacando-se o trabalho pioneiro de Clarival do Prado Valladares (1972), Maria Elizia Borges (2004), Eduardo Rezende (2007, 2000), e Renato Cymbalista (2002).

A partir de uma perspectiva antropológica e da antropologia histórica, Antônio Motta (2008), em trabalho sobre os cemitérios oitocentistas brasileiros, observou a correlação entre as formas tumulares e os processos sociais, enfocando a importância das relações de parentesco como estratégia de assegurar uma continuidade na memória familiar *post mortem*. Além disso, o seu estudo chama a atenção para a transição das lógicas de enterramento calcadas na família, para um novo modelo centrado no indivíduo.

Em Alagoas os estudos sobre o cotidiano da morte são escassos. O folclorista Félix de Lima Jr. (1970, s/d) escreveu duas obras, uma sobre as Irmandades de Maceió, outra sobre os Cemitérios de Maceió; entretanto, apenas tratou de apontar e descrever pequenas características tanto das irmandades quanto dos cemitérios da cidade.

Ainda neste cenário de escassa temática funerária, destacam-se algumas teses e dissertações apresentadas nos programas de pós-graduação em antropologia, história, sociologia e psicologia do país.

No campo da economia e do consumo mortuário no Brasil não houve, até o momento, nenhuma pesquisa realizada, o que justifica este trabalho, que tem a intenção de contribuir com novas perspectivas nesse campo de estudo. Por essa razão, este estudo vincula o tema da morte e seu aparato teórico a algumas interfaces: consumo, corpo, mercado, gestão, *marketing*, propaganda e publicidade. É nesse sentido que algumas categorias são utilizadas nessa pesquisa, tais como produtos, serviços, cliente e consumidor.

Entende-se por “produtos” quaisquer coisas que possam ser oferecidas a um mercado para satisfazer uma necessidade ou desejo. “Serviços” são as atividades ou benefícios

oferecidos para a venda; são intangíveis, pois significam uma ação ou um desempenho que cria valor por meio de mudança desejada no cliente ou em benefício deste. “Cliente” designa uma pessoa ou unidade organizacional que desempenha um papel no processo de troca ou transação com uma empresa ou organização. O termo “consumidor” foi utilizado no *marketing* até a década de 1990, quando surgiu a era do cliente, em que os consumidores queriam voltar a ser clientes para serem tratados como indivíduos, com suas necessidades atendidas individualmente. Atualmente, o *marketing* considera que a utilização do termo “consumidor” para se referir ao mercado de bens de consumo ou a indivíduos que compram ou adquirem produtos e serviços para o consumo pessoal é didática, pois na prática o termo usado é “cliente”. Tratar o cliente como consumidor significa considerar que, independentemente do tipo de mercado, quem influencia e toma as decisões de compra são pessoas com valores, crenças e atitudes moldados pela sociedade e pela sua própria personalidade. Dias (2005, p. 38) assim define “cliente”:

O termo cliente refere-se também às pessoas que assumem papéis no processo de compra, como o especificador, o influenciador, o comprador, o pagante, o usuário ou aquele que consome o produto, que percebem e assumem atitudes diferenciadas diante dos estímulos de marketing, de acordo com o envolvimento e comprometimento com a compra, numa determinada situação ou contexto.

Nesta pesquisa utilizarei o termo “consumidor” para me referir aos indivíduos que compram ou adquirem produtos e serviços fúnebres para consumo pessoal; e o termo “cliente” para me referir aos consumidores fúnebres ligados à determinada empresa do ramo funerário. Portanto, ora será utilizado o termo “consumidor” e ora o termo “cliente”.

Optei por utilizar o sistema de divisão de capítulos em partes. A tese conta com sete partes, intituladas: Morrer; Sepultar; Empresariar; Antes; Durante; Depois e Consumir.

As duas primeiras partes trazem uma interface com a historiografia, dialogando principalmente com a história social e das mentalidades dos historiadores Phillippe Ariès (2003, 2000, 1990) e Michel Vovelle (1996, 1988). Este diálogo ocorreu a partir da necessidade de identificar as mudanças nas representações da morte e do morrer nas sociedades ocidentais.

A primeira parte, intitulada “Morrer”, percebe a morte como um campo ritual e como um fenômeno individual e social que sofre mudanças e transformações culturais, e descreve a passagem da morte familiar para as mortes privadas a partir do deslocamento do local da morte através do surgimento dos hospitais, além de refletir sobre o momento em que a morte se tornou interdita, demonstrando também que nem todas as sociedades reagem da mesma forma ante a morte e os seus mortos.

A segunda parte, intitulada “Sepultar”, apresenta o ato de sepultar como um ritual purificatório, que reestabelece a estrutura social abalada com a morte de um indivíduo e que garante a passagem da alma do defunto. Esses rituais também mudam e, nessas mudanças, novas culturas fúnebres vão surgindo. É esse processo que possibilita compreender o empresariar do morrer.

A terceira parte, intitulada “Empresariar”, dialoga com o trabalho de Jéssica Mitford (2000), para mostrar que o processo de empresariar é consequência das mudanças nas atitudes perante a morte e os mortos, e que, com isso, o morrer se tornou objeto de comércio e lucro. No Brasil o empresariar do morrer surge no final do século XIX, com os Grupos, um segmento empresarial que oferta uma variedade de produtos e serviços. Os Grupos são empresas privadas que procuram dar conta de todo o processo do morrer (o antes, o durante e o depois) e que, apesar da semelhança com a indústria funeral norte-americana, têm suas peculiaridades, que estão relacionadas à maneira como a nossa sociedade lida com seus mortos.

A quarta, quinta e sexta partes, intituladas “Antes”, “Durante” e “Depois”, respectivamente, dialogam com as discussões sobre gestão, *marketing*, publicidade e propaganda, com o objetivo de entender a dinâmica da empresa – o Grupo Parque das Flores – no processo de gerenciamento, gestão e empresariação da morte e do morrer.

A sétima parte, intitulada “Consumir”, traz uma interface com as teorias de consumo para perceber o porquê de as pessoas consumirem determinados tipos de bens e serviços, percebendo o consumo não somente a partir de uma razão prática, mas a partir da lógica cultural que influencia a escolha por determinados bens e serviços. Nesta parte identifico e relaciono o aumento do mercado consumidor fúnebre preventivo ao envelhecimento dos *baby boomers* e mostro que esses consumidores estão à procura de serviços e produtos personalizados. No que se refere ao consumo de produtos e serviços fúnebres no Brasil, demonstro que esse tipo de consumo está concentrado em algumas situações relacionadas ao sentido e ao significado que a sociedade estabelece com os seus mortos.

Por fim, nas considerações finais reflito sobre a temática da oferta e da procura de produtos e serviços fúnebres, através de uma análise sobre o mercado e o consumo, atentando sempre para o fato de que “a morte é reflexo da visão de mundo” (VOVELLE, 1996, p. 25 In: BRAET; VERBEKE, 1996), e, neste caso, refletir sobre a morte é refletir sobre a vida.

Morrer

**A morte é um problema dos vivos.
Os mortos não têm problemas
(Norbert Elias)**

Os rituais mortuários são entendidos na teoria antropológica como rituais de passagem, pois são caracterizados pela separação dos mortos do mundo dos vivos (rito de separação ou rito pré-liminar), pela celebração da estadia mais ou menos longa do cadáver no mundo dos vivos (rito de margem ou rito liminar) e pela agregação do morto a outro mundo (rito pós-liminar ou rito de agregação) (VAN GENNEP, 1978).

Os ritos de morte são executados com a intenção de fazer com que o sujeito morto – o sujeito ritual – seja conduzido a um processo de elevação do *status* individual (TURNER, 1974), isto é, um processo que marca a passagem “deste mundo” para “outro mundo”. Sendo a morte um fenômeno natural, ela faz parte de um processo que marca o fim da existência, caracterizando-se pela perda das atividades celulares (morte biológica), dos signos físicos (morte clínica) e das propriedades sociais mais importantes (morte social). Morre-se de várias formas, de várias causas, em diversos locais. Clinicamente a morte de um indivíduo compreende o interrompimento de suas funções vitais, especialmente o cérebro, o coração e pulmão, e, quando o sujeito passa a ser considerado como um morto ou como um cadáver, surgem diversos fenômenos físicos.

Mas o morrer não é apenas um fenômeno biológico e individual: a morte também é um fato social total, pois a ideia de morte é ritualizada pela coletividade (MAUSS, 2003). Nesse sentido, o campo ritual da morte oferece uma gama de informações para refletir sobre as atitudes coletivas, sobre a sociedade e a cultura, já que os processos rituais não são somente expressões econômicas, políticas e sociais, mas “decisivos indícios para a compreensão do pensamento e do sentimento das pessoas sobre aquelas relações, e sobre os ambientes naturais e sociais em que operam” (TURNER, 1974, p. 19).

Ao longo do tempo o campo ritual da morte sofreu alterações, mudanças e transformações, assumindo dinâmicas diversas, seja por razões políticas, econômicas, seja por fatores sociais, culturais, religiosos ou morais (ARIÈS, 2003). Nessas mudanças, antigos significados foram reinterpretados e novos significados vão sendo adquiridos, num movimento de reavaliação funcional e simbólica dos ritos funerários. Isto ocorre porque os significados são sempre reinterpretados quando colocados em prática, pois a cultura é historicamente produzida e alterada pela ação, isto na medida em que os homens repensam criativamente seus esquemas culturais (SAHLINS, 2003b).

Entender as mudanças dos comportamentos sociais inseridas nos rituais de morte se apresenta também como importante para a compreensão da dinâmica econômica da morte e da indústria do funeral. Se todo rito é uma espécie de linguagem, ele próprio traduz uma ideia (MAUSS, 2003). Poder-se-ia pensar que o estudo dos rituais de morte oferece informações para que seja possível se entender a maneira como a sociedade se relacionou e se relaciona com a morte e a partir daí compreender como ocorreu o processo de empresariação e comercialização da morte, ou seja, como a morte passou, entre outras dimensões da vida social, a ser também visualizada através de uma lógica utilitária, isto é, objeto de acontecimento mercantil, e, como tal, objeto de exploração comercial e de consumo, quando os serviços fúnebres passaram a ser gestados pelas iniciativas privadas.

1.1. Das cerimônias públicas para as cerimônias privadas

Na Europa, como bem já assinalou Ariès (2003), durante a Idade Média, a morte era familiar, marcada pela coexistência dos vivos com os mortos. A cerimônia que marcava o último adeus do indivíduo era pública, assistida e aguardada por toda a família. No Brasil do Oitocentos, a morte ideal não deveria ser solitária e privada, contava com a participação da família, amigos, vizinhos, membros das confrarias, carpideiras, padres, crianças e até desconhecidos. Quando o sujeito era advertido sobre a proximidade de sua morte, através dos signos naturais, providencia e organizava suas próprias cerimônias fúnebres, um modelo de morte denominado como “morte domada”, que consiste na preparação dos últimos atos e cerimônias mortuárias pelo próprio sujeito ritual.

O registro do testamento estava entre os atos de preparação da morte no modelo de “morte domada”. Morrer sem testamento era algo indesejado e evitado, pois era através dele que as últimas vontades fúnebres eram expressas. Era no testamento que se indicava o tipo de cortejo fúnebre, os ritos *post mortem*, a quantidade e qualidade das missas no dia da morte, a cor da mortalha, etc.

Os testamentos obedeciam a certa padronização: iniciavam-se com um preâmbulo em que se invocava o nome de Deus e da Santíssima Trindade; em seguida, o testador era

identificado através de seu nome, residência, idade, estado civil, número e nome de filhos, e, logo após, se instituía o destino do corpo e o local da sepultura (VOVELLE, 1988).

Os testamentos apresentam características interessantes para entender a cultura fúnebre, pois permitem identificar as curvas temporais da mortalidade, os índices de desigualdades sociais, as epidemias e entender as representações coletivas da morte. Por outro lado, as análises dos testamentos permitem também compreender outras características sociais, tais como os arranjos familiares, os sistemas de parentesco, a noção de família e filiação, pois era na espera da morte que o testador reconhecia (ou não) toda a sua família.

O testamento de José Maria Cortez é um caso emblemático: datado de 09 de agosto de 1871, o testador, de trinta e cinco anos de idade, era um proprietário de terras e escravos da Freguesia de Nossa Senhora da Conceição, em Alagoas. No seu testamento, José Maria Cortez, que se encontrava bastante doente e em processo iminente de morte, indicou os ritos que deveriam ser realizados após o seu óbito:

Declaro que se falecer nesta Freguesia de Nossa Senhora da Conceição, seja o meu cadáver depositado no jazigo geral dos demais falecidos sem pompa e somente com os sufragios que a Igreja costuma suministrar [ilegível]. Declaro que de mandara rezar quatro missas de corpo presente, e no setimo dia duas missas, afim como tambem de mandara celebrar [ilegível] capela de missas por minha alma.
(Testamento de José Maria Cortez, 09/08/1869 – 02 fls. Doc. 00576, Caixa 08. Instituto Histórico Geográfico Alagoano - IHGAL)

Em seguida, José Maria Cortez declarou o reconhecimento de dois filhos naturais como herdeiros, alforriou seus escravos, declarou e partilhou todos os seus bens, instituiu por testamenteiros três amigos e declarou todas as suas dívidas. Em relação ao reconhecimento da estrutura familiar, o testador declarou que apenas três dos oito filhos (legítimos) que tivera no primeiro casamento ainda estavam vivos; declarou ainda que foi casado pela segunda vez, mas não obteve filhos e, para a segunda esposa, deixou alguns de seus bens, embora reconhecesse que: “não devia o fazer em razão de ella ser agmásia, porém como desfrutou de minha companhia foi então a dicta escriptura e lhe entreguei segundo data o recibo que existem em meus poderes” (Testamento de José Maria Cortez, 09/08/1869 – 02 fls. Doc. 00576, Caixa 08. Instituto Histórico Geográfico Alagoano - IHGAL).

José Maria Cortez declarou ainda que teve dois filhos com “uma mulher solteira, sem ter empreendimento por onde ou com ela contrahisse matrimônio” (Testamento de José Maria Cortez, 09/08/1869 – 02 fls. Doc. 00576, Caixa 08. Instituto Histórico Geográfico Alagoano - IHGAL). Em seguida reconheceu esses dois filhos como filhos legítimos, pois até então eles eram reconhecidos apenas como filhos naturais. A partir desse reconhecimento, os dois filhos

de José Maria Cortez estavam aptos a partilhar dos bens do testador, juntamente com os outros três filhos restantes do primeiro casamento.

Essa situação ajuda a compreender o universo da família patriarcal brasileira, que segundo Durham (1982, p. 36) “preservou-se uma forma que privilegiava o grupo conjugal como núcleo estrutural da família e manteve-se todo o sistema de parentesco bi-lateral”. Desta forma, os arranjos familiares alternativos não eram sequer reconhecidos (salvo na hora da morte, em alguns casos). Esse modelo legalizado implicou uma dominação masculina instituída a partir da “utilização sexual das mulheres sem a contrapartida de vínculos legalmente reconhecidos, eximindo os homens da responsabilidade para com a prole” (DURHAM, 1982, p.36). Esta situação é representada a partir da distribuição dos bens de José Maria Cortez para sua segunda esposa, embora reconhecesse que não era obrigação fazê-lo por não ser esposa “legítima”, mas uma “amagsia”; o mesmo aconteceu em relação aos filhos naturais, não legítimos, contraídos fora do casamento legalizado – caso o testador não os reconhecesse como filhos legítimos, esses não teriam direitos na partilha de seus bens, já que eram concebidos como prole bastarda, originada a partir de uma união que não era entendida como forma alternativa de família, sendo, portanto, filhos sem pais e mães sem marido, indivíduos que, “além de moralmente discriminados, estão indubitavelmente na posição de efetiva desvantagem econômica e social” (DURHAM, 1982, p.39).

Depois de detectada a morte de um indivíduo, tinham início as cerimônias fúnebres, que compreendiam sequências formais no sentido de marcar, simbolizar ou dramatizar separações, margens ou agregações. Os ritos de *post mortem* eram exclusivamente domésticos e compreendiam o corte do cabelo, da barba, das unhas, o banho do corpo e a escolha da vestimenta, com o objetivo de preparar o morto para a celebração das cerimônias velatórias.

Estes rituais tinham um cunho marcadamente religioso, cuja preocupação estava concentrada no destino da alma. Entre os ritos do *post mortem* de manifestação religiosa, destacam-se: a vela acesa colocada nas mãos do morto, com o objetivo de guiar seu espírito aos céus; o cerrar dos olhos do cadáver, que tinha o significado de fazer com que o morto os fechasse para o mundo dos vivos e os abrisse quando chegasse ao mundo espiritual; os sons dos sinos ou campainhas, cuja finalidade era expulsar os demônios; a extrema-unção, com a função de purificar a alma e apagar os pecados; e as celebrações de missas e o sepultamento dentro das igrejas, que exerciam a função de conduzir o morto ao caminho dos céus.

O rito de velar o morto, também conhecido como “guardar o defunto”, compreende a estadia mais ou menos longa do cadáver ou do caixão numa câmara mortuária ou local apropriado. As cerimônias de velório são, para Araújo (1964), instituições universais que têm

por objetivo unir a comunidade e reafirmar os valores sociais e religiosos. No passado era comum que o corpo morto fosse velado nas residências, que eram “armadas”, ou seja, decoradas com símbolos de luto, que atuavam como signos que indicavam o óbito. O morto era velado em companhia de parentes e amigos. Nessas cerimônias de despedida, aconteciam vigílias em que eram oferecidas comidas e bebidas para os presentes. Esses rituais de descompressão distraíam os participantes da dor da perda, ao mesmo tempo em que os convidavam a participar do momento de dor (REIS, 1991, p. 138).

Enquanto o morto era “guardado”, a sua alma era encomendada aos céus através de orações cantadas ou recitadas, num hábito conhecido como “sentinela”, que compreendia uma missa laica que os mais pobres realizavam na impossibilidade de financeira de obter a liturgia católica romana (ARAÚJO, 1964, p. 406). As orações recitadas e cantadas eram conhecidas como excelências (incelências) ou benditos⁸. As excelências eram orações entoadas aos pés do defunto, enquanto os benditos eram cantados à cabeceira do morto⁹.

⁸ Segundo César (1975, p.173), “bendito” se origina do termo latino *benedictus*, que significa “louvar, abençoar”. São versos de louvor a determinados santos, engrandecendo as suas vidas e as suas obras; também são considerados como cânticos de súplica, que são entoados em novenas, procissões, festas, missas e velórios. Um bendito pernambucano incentiva o moribundo a deixar o mundo dos vivos: “Pecadô repara. Que hás de morrê. Chama por Jesus. Que ele há de valê [...]. Não conhece os teus. Que contigo estão. Com ânsia tão grande. No seu coração?” (REIS, 1997, p. 107-108). Araújo (1964, p. 406) destaca outros benditos: “Nos domingo e dia santo, que as igreja tão chamano, que nós no nosso batuque, é tu é que Jesus crama. É tu é que deu a morte, tanta morte arrependida, tanto castigo que vorta. Castigo havemo te, raio, corisco e trovão, tudo isso é de sevê. Essa arma que morreu, não se salvano nenhuma, selada este mistério, talvez que salvasse alguma. Valei-me Santa Teresa, Valei-me Santa Isabé, Valei-me meu anjo da Guarda, Me acuda São Gabrié. Quem reza este bendito, com toda sua famia, as portas do céu se abre, e o inferno treme de dia, que nos livre do inferno pra sempre. Amém Jesus.” Em seguida, cantavam-se as orações de despedida, como se fosse o defunto que estivesse se despedindo: “Sua bençã māi, nos queira butá, os anju me chama, não posso esperá. Não posso esperá, esta dispida, hoje é o dia, da minha partida. Meus irmão não chore, que eu não posso, peço que me reze, outro padre-nosso. Si forim rezado, de bom coração, peço que me ofereça, em minh’intenção. Dê a ismola aos cego, e aos filho sem pai, quem faz pra Jesuís Cristo, merecemo mais. Adeus minha māi, meu povo também, eu vô pra eternidade, para sempre. Amém.” (ARAÚJO, 1964, p. 406)

⁹ Em Araújo (1964, p. 406) podemos apreciar algumas incelências recitadas: “Hoje, os tempos mudaram, uma incelência ô mãe amorosa, seu filhinho vai morto, na vida saudosa. Duas incelências, etc.” No momento em que as incelências eram cantadas, caso passasse alguma pessoa próximo à residência, uma das pessoas que acompanhavam o velório chamava o passante: “Chegai irmão das alma!”. Sendo pequeno o número de participantes do velório, as rezas eram cantadas com o objetivo de aumentar o número de guardadores do defunto, tal como: “Chegai pecadô que há de morrê, chama por Jesuís para te valê. Chama por Jesuís enquanto é tempo, quando a morte vem, mata de repente. Quando a morte vem calada, sozinha, dizendo consigo, esta hora é minha. Chama por Jesuís que Ele mandará, um anju da guarda para te ajudá. Torna a chamá, que ele vem também, com o seu ao lado, para sempre. Amém. Eu ofereço esta reza ao sinhô que tá na cruz, que nos livre do inferno pra sempre. Amém Jesuís.” Em certas ocasiões, como alguns velórios eram acompanhados por bebidas alcoólicas, as excelências cantadas ao tardar da noite eram totalmente jocosas, tal como: “uma incelência que veio da laia, morresse corno morresse, nós vamos corta-te a gaia”. (Excelência entoada em um velório na zona da mata pernambucana, por volta do ano de 1947, segundo relato de Severino Urbano Ferreira, em entrevista realizada em 2006, para o trabalho final da disciplina “Família e Gênero”, ministrada pelos Professores Parry Scott e Marion Quadros, no curso de Doutorado no PPGA da UFPE, que teve como objetivo perceber como os ritos de morte eram realizados na sociedade do passado na zona da mata pernambucana, quando ainda se tinha um modelo de morte familiar e domada).

Depois que o corpo era velado se iniciava o cortejo fúnebre, que era sempre acompanhado por uma multidão (alguns eram pagos para isso) até a Igreja, onde o corpo era sepultado. Nesta tradição fúnebre era comum contratar mulheres, conhecidas como carpideiras, para chorar e rezar pelos mortos, com o objetivo de afastar tanto os maus espíritos do morto como a alma do morto de perto dos vivos (REIS, 1991, p. 114).

No cortejo, as pompas fúnebres eram manifestadas através dos luxos dos caixões, da quantidade de velas queimadas, do número de participantes, da quantidade de missas e músicas cantadas de corpo presente, da decoração da igreja e do local de escolha da sepultura. As famílias demonstravam o seu prestígio social e econômico através da organização de verdadeiros espetáculos mortuários. A morte era uma festa, característica do catolicismo barroco no Brasil (REIS, 1991).

Esse sentido festivo do funeral podia ser garantido pelas associações corporativas ou confrarias: as irmandades ou ordens terceiras. A maior parte dessas associações era formada por pessoas leigas. Os irmãos, como eram conhecidos os associados das confrarias, tinham o dever de demonstrar um bom comportamento e devoção católica, pagar as anuidades e participar das cerimônias civis e religiosas. Através destas confrarias os mais pobres também garantiam uma assistência em seus funerais.

Mas se o morrer era uma cerimônia pública e familiar, a partir da segunda metade do século XIX ele passou a ser uma cerimônia privada. Martin-Fugier (1991, p. 256) observou que em Paris, já na segunda metade do século XX, com o projeto de modernização parisiense – a *belle époque* –, os tamanhos das moradias diminuíram, o que tornou complicada a manutenção dos velórios nas residências. A exiguidade do espaço residencial fez com que a proximidade da morte se tornasse bastante penosa.

Foi também no século XIX que o lugar da morte se deslocou. Se antes os sujeitos rituais organizavam suas cerimônias fúnebres e morriam nas residências cercados por toda a família, agora, o morrer se tornou um ato solitário e impessoal, realizado dentro dos hospitais, pois hoje, quando alguém adoece ou se encontra fadado a morrer, é removido do ambiente familiar e levado às pressas para o leito de um hospital. Os hospitais se tornaram os lugares privilegiados da morte. E isso se deve a um novo olhar produzido sobre os hospitais durante o final do século XVIII, quando eles passaram a ser percebidos como instrumentos terapêuticos destinados a curar os doentes.

Antes do século XVIII, os hospitais eram concebidos como lugares de assistência aos pobres e doentes e como um lugar para morrer. Mantidos por instituições de assistência, sua função era caritativa: visava assegurar “a salvação da alma do pobre no momento da morte e a

salvação do pessoal hospitalar que cuidava dos pobres” (FOUCAULT, 1979b, p. 102). Isto ocorria pelo fato de que a prática médica estava dissociada da prática hospitalar, a maioria dos médicos dava consultas particulares às famílias necessitadas, não havia o personagem do médico de hospital, conforme apontou Foucault (1979b, p. 101-102):

A medicina dos séculos XVII e XVIII era profundamente individualista. Individualista da parte do médico, qualificado como tal ao término de uma iniciação assegurada pela própria corporação dos médicos que compreendia conhecimento de textos e transmissão de receitas mais ou menos secretas ou públicas. A experiência hospitalar estava excluída da formação ritual do médico. O que o qualificava era a transmissão de receitas e não o campo de experiências que ele teria atravessado, assimilado e integrado. Quanto à intervenção do médico na doença, ela era organizada em torno da noção de crise. O médico devia observar o doente e a doença, desde seus primeiros sinais, para descobrir o momento em que a crise apareceria. A crise era o momento em que se afrontavam, no doente, a natureza sadia do indivíduo e o mal que o atacava. Nesta luta entre a natureza e a doença, o médico devia observar os sinais, prever a evolução, ver de que lado estaria a vitória e favorecer, na medida do possível, a vitória da saúde e da natureza sobre a doença. A cura era um jogo entre a natureza, a doença e o médico. Nesta luta o médico desempenhava o papel de prognosticador, árbitro e aliado da natureza contra a doença. Esta espécie de teatro, de batalha, de luta em que consistia a cura só podia se desenvolver em forma de relação individual entre médico e doente. A idéia de uma longa série de observações no interior do hospital, em que se poderia registrar as constâncias, as generalidades, os elementos particulares, etc., estava excluída da prática médica.

No século XVIII o hospital se medicalizou e a medicina se hospitalizou, em decorrência da introdução de mecanismos disciplinares no espaço hospitalar (FOUCAULT, 1979b, p. 107), o que fez com que os hospitais passassem a ser lugares de cura e lugares de formação dos médicos:

Pela disciplinarização do espaço médico, pelo fato de se poder isolar cada indivíduo, colocá-lo em um leito, prescrever-lhe um regime, etc., pretende-se chegar a uma medicina individualizante. Efetivamente, é o indivíduo que será observado, seguido, conhecido e curado. O indivíduo emerge como objeto do saber e da prática médicos (FOUCAULT, 1979b, p. 111).

Não só os indivíduos passam a ser objetos de saberes e alvos de intervenção médica, mas toda a população, toda a coletividade. A medicina que se formou no século XVIII foi “tanto uma medicina dos indivíduos quanto da população” (FOUCAULT, 1979b, p. 111), isto porque a medicina moderna científica que surgiu no final do século XVIII, com o aparecimento da anatomia patológica, foi uma medicina social (FOUCAULT, 1979a, p. 70), formada a partir do desenvolvimento da medicina de estado (na Alemanha), da medicina urbana (na França) e da medicina da força de trabalho (na Inglaterra).

Com o avanço da medicina, a vida passou a ser prolongada. A medicina moderna passou a neutralizar as manifestações da morte. Nos hospitais vários mecanismos são acionados para minorar o sofrimento do paciente, sedando-o e mergulhando-o num profundo

silêncio até a que a morte seja constatada, retirando, assim, toda a carga de dramaticidade que até então estava presente no momento do morrer (CONSORTE, 1983. In: MARTINS, 1983, p. 43).

Com isto, houve um afastamento progressivo dos vivos com os “quase mortos” que foram empurrados para os bastidores da vida social, culminando com a solidão dos moribundos (ELIAS, 2001). São designados como moribundos os pacientes terminais ou pacientes fora das possibilidades terapêuticas, ou seja, pacientes que, na evolução de uma doença, são considerados como incuráveis ou sem condições de prolongamento da vida, sendo, portanto, pacientes em processo inevitável de morte. Thomas (1991, p. 65) considera como moribundos aqueles que “han llegado al fin de su vida, a los enfermos incurables, los terminales, los que se hallan in extremis o los que están ya condenados.”

Schramm (2002, p. 19) considera que o processo de medicalização da vida, surgido a partir da crescente incorporação tecnológica à medicina, permitiu a estabilização de muitas doenças terminais ou mesmo a manutenção da vida artificialmente durante longos períodos ou mesmo indefinidamente. E isso contribuiu para o afastamento dos moribundos para os bastidores da vida social (ELIAS, 2001), num processo que culminou com a dessocialização da morte, expressão usada por Thomas (1991, p. 87) para fazer referência à falta de solidariedade e ao abandono aos moribundos, aos defuntos e aos sobreviventes (enlutados).

Ocorre que os viventes evitam uma maior aproximação com os moribundos também pelo fato de que esses “quase mortos” carregam consigo os signos da morte, tal como a “máscara da morte”, expressão que toma conta do rosto do moribundo no momento em que a energia vital está se extinguindo do corpo, indicando que o paciente terminal está na eminência de falecer. França (2004) descreve que a máscara da morte se caracteriza pela:

presença de fronte enrugada e árida, olhos fundos, nariz afilado com orla escura, têmporas deprimidas, vazias e enrugadas, orelhas repuxadas para cima, lábios caídos, maçãs deprimidas, queixo enrugado e seco, pele seca e lívida, cílios e pelos do nariz e das orelhas semeados por poeira branacenta, semblante carregado e desconhecido (FRANÇA, 2004, p. 249).

Assim, os vivos acham difícil se identificar com os moribundos, e a solidão dos moribundos é consequência desse desconforto sentido pelos vivos com a presença dos “quase mortos”, conforme demonstrou Elias (2001), que observou também que a convenção social fornece poucas expressões ou formas padronizadas de comportamento que possam facilitar o enfrentamento das demandas emocionais diante de uma morte:

Na presença de pessoas que estão para morrer – e dos que as pranteiam – vemos, portanto, com particular clareza um dilema característico do presente estágio do

processo civilizador. Uma mudança em direção à informalidade fez com que uma série de padrões tradicionais de comportamento nas grandes situações de crise da vida humana, incluindo o uso de frases rituais, se tornasse suspeita e embarcadora para muitas pessoas. A tarefa de encontrar a palavra e o gesto certos, portanto, sobra para o indivíduo. A preocupação de evitar rituais e frases socialmente prescritos aumenta as demandas sobre a capacidade de invenção e expressão individual. Essa tarefa, porém, está muitas vezes fora do alcance das pessoas no estágio corrente da civilização. A maneira como as pessoas vivem em conjunto, que é fundamental neste estágio, exige e produz um grau relativamente alto de reserva na expressão dos afetos fortes e espontâneos. Muitas vezes, só sob pressão excepcional elas são capazes de superar a barreira que bloqueia as ações resultantes de fortes emoções, e também sua verbalização. Assim, a falta espontânea com os moribundos, da qual estes têm especial necessidade, torna-se difícil. Apenas as rotinas institucionalizadas dos hospitais dão alguma estruturação social para a situação de morrer. Essas, no entanto, são em sua maioria distribuídas de sentimentos e acabam contribuindo para o isolamento dos moribundos.

Rituais religiosos de morte podem provocar nos crentes sentimentos de que as pessoas estão pessoalmente preocupadas com eles, o que é sem dúvida a função real desses rituais. Fora deles, morrer é no presente uma situação amorfa, uma área vazia no mapa social. Os rituais seculares foram esvaziados de sentimento e significado; as formas seculares tradicionais de expressão são poucos convincentes. Os tabus proíbem a excessiva demonstração de sentimentos fortes, embora eles possam acontecer. E a tradicional aura de mistério que cerca a morte, com o que permanece dos gestos mágicos – abrir as janelas, parar os relógios –, torna a morte menos tratável como problema humano e social que as pessoas devem resolver entre si e para si. No presente, aqueles que são próximos dos moribundos muitas vezes não têm capacidade de apoiá-los e confortá-los com a prova de sua afeição e ternura. Acham difícil apertar a mão de um moribundo ou acariciá-lo, proporcionar-lhe uma sensação de proteção e pertencimento, ainda. O crescente tabu da civilização em relação à expressão de sentimentos espontâneos e fortes trava suas línguas e mãos. E os viventes podem, de maneira semiconsciente, sentir que a morte é contagiosa e ameaçadora; afastam-se involuntariamente dos moribundos. Mas, para os íntimos que se vão, um gesto de afeição é talvez a maior ajuda, ao lado do alívio da dor física, que os que ficam pode proporcionar (ELIAS, 2001, p. 35-37).

Nesse contexto, o moribundo é interpretado e tratado como indivíduo por “quien nada podemos hacer para impedir que muera” (THOMAS, 1991, p. 66), e, por este motivo, será excluído da vida social, “no pudiendo hacer ya nada, no existe para si mismo y existe menos aún para los demás, puesto que les obliga a enfrentarse con su imposibilidad de atuar [...] muy pronto no será ya nada” (THOMAS, 1991, p. 66).

O moribundo se tornou um problema social, que, para Elias (2001), só pode ser contornado com o processo de “desmitologização da morte”. Hoje, se pode afirmar que o surgimento da medicina humanizada vem contribuindo com esse processo, já que o modelo de “morte social” tem sido repensado. Os pacientes terminais, conhecidos como pacientes “fora de possibilidades terapêuticas” (FPT), estão conhecendo uma nova proposta de assistência, denominada de “cuidados paliativos”, com o objetivo de humanizar o morrer, e que consiste basicamente em:

assistir o moribundo até seus últimos momentos, buscando minimizar tanto quanto possível seu desconforto e em dar suporte emocional e espiritual a seus familiares.

O ideal é que o indivíduo que está morrendo tenha controle do processo de morte, realizando escolhas a partir das informações sobre as técnicas médicas e espirituais que considerar adequada. A palavra de ordem é a comunicação franca entre profissionais de saúde e paciente: o tratamento deve ser discutido, em suas várias etapas, entre enfermos, seus familiares e o médico responsável. Contrapondo-se ao modelo da “morte moderna”, eminentemente curativo, no qual o doente é despossuído de voz, a nova modalidade de assistência valoriza os desejos do enfermo. O diálogo entre os atores sociais envolvidos no processo do morrer é central na proposta inovadora: uma vez explicitados os limites da ação do médico e dos desejos do doente, é possível a deliberação sobre o período de vida ainda restante, a escolha de procedimentos e a despedida das pessoas de suas relações – com o suporte de uma equipe multidisciplinar (MENEZES, 2004, p. 37).

Com os cuidados paliativos, o moribundo é legitimado socialmente e tratado de maneira a preservar sua individualidade, já que o princípio básico deste modelo se baseia na comunicação aberta, na escuta e no cumprimento dos desejos do moribundo, e o processo de morrer tem se tornado mais humanizado, singularizado e personalizado. Tais cuidados têm o objetivo de:

preencher este espaço existente entre, por um lado, a competência técnica da medicina e da cura (que apesar dos incríveis avanços continua sendo limitada) e a cultura do respeito da autonomia do paciente no que se refere às suas decisões extremas, as quais implicam também em poder dizer quando não quer mais viver sofrendo (SCHRAMM, 2002, p. 19).

Kubler-Ross (1998) propõe um diálogo mais aberto, intenso e afetivo com os moribundos e a criação de associações para tratarem dos problemas da morte e do morrer de forma que seja possível ajudar as pessoas a viverem sem medo da morte e a se sentirem bem diante da perspectiva da própria morte:

Há um momento na vida do paciente em que a dor cessa, em que a mente entra num estado de torpor, em que a necessidade de alimentação torna-se mínima, em que a consciência do meio ambiente quase que desaparece na escuridão. É o período em que os parentes andam para lá e para cá nos corredores dos hospitais, atormentados pela expectativa, sem saber se podem sair para cuidar da vida ou se devem ficar por ali esperando o instante da morte. É o momento em que é tarde demais para palavras, em que os parentes gritam mais alto por socorro, com ou sem palavras. É tarde demais para intervenções médicas (que são duras demais quando acontecem, apesar da boa intenção), mas também é cedo demais para uma separação final do agonizante. É o momento mais difícil para um parente próximo, pois ele também deseja que tudo passe, que tudo termine; ou agarra-se desesperadamente a alguma coisa que está prestes a perder para sempre. É o momento da terapia do silêncio para com o paciente, e de disponibilidade para com os parentes.

O médico, a enfermeira, a assistente social ou o capelão podem ser de grande valia nestes momentos finais, se souberem entender os conflitos da família nesta hora e ajudar a escolher uma pessoa mais tranquila para ficar ao lado do agonizante, pessoa que se torna de fato o terapeuta do paciente. Os que se sentem abatidos demais podem receber assistência sendo aliviados de sua culpa ou assegurados de que alguém ficará com o moribundo até o desenlace. Podem, então, voltar para casa sabendo que o paciente não morrerá sozinho, sem se sentirem culpados ou envergonhados por se terem esquivado deste momento, para muitos tão difícil de enfrentar.

Aqueles que tiverem a força e o amor para ficar ao lado de um paciente moribundo, com o *silêncio que vai além das palavras*, saberão que tal momento não é

assustador nem doloroso, mas um cessar em paz do funcionamento do corpo (KUBLER-ROSS, 1998, p. 281-282, grifo da autora).

O fato é que o ser humano sempre abominou a morte, ela sempre foi considerada como um acontecimento medonho e pavoroso. Entretanto, foi o modo de conviver e lidar com a morte, com o morrer e com os moribundos que se modificou com o passar dos tempos. O isolamento, o evitamento e a dessocialização dos moribundos faz com que atitudes como acompanhar o agonizante, banhá-lo e higienizá-lo passem a ser cada vez mais repugnadas. E esse fato contribui para uma profissionalização da morte, conforme observou Thomas (1991, p. 88):

El abandono por parte de la familia y los amigos determina la intervención de organizaciones creadas para tal efecto, y éstas, en tanto servicios, deben adaptarse a las exigencias de la rentabilidad y el beneficio. También pude afirmarse que la existencia de esas instituciones incita a las personas que se enfrentan con la muerte y los muertos a recurrir a sus servicios en vez de valerse por sí mismas.

1.2. Interditando, ocultando e banindo a morte e os mortos?

Até a primeira metade do século XIX a morte era pensada, falada e escrita, mas a partir da segunda metade do século XIX a morte foi se tornando interdita na sociedade ocidental. A interdição da morte tinha a finalidade de preservar a felicidade social. Com isso, até mesmo o luto foi sendo suprimido, com o objetivo de evitar perturbar os viventes de sentimentos que pudessem trazer dor, sofrimento e que fizessem quaisquer referências à morte e aos mortos.

O luto, que até então era um acontecimento social e público, passou a ser privativo e limitado apenas aos parentes mais próximos, concebido como “um estado mórbido que deve ser tratado, abreviado e apagado” (ARIÈS, 2003, p. 95). Os signos do luto (uso da cor negra, etc.) foram apagados e as expressões de dor foram contidas e suprimidas, reduzidas a um *button*, um adesivo ou um lenço, tal como os produtos oferecidos pela empresa “Coração de Luto”, que são utilizados durante as cerimônias de velório e constam de adesivos usados nas vestimentas para identificar a família enlutada, conforme destacado na *website* da empresa:

O luto é um sentimento humano de pesar pela morte de outro ser humano, e tem diferentes formas de expressão em culturas distintas. O uso da cor preta, por exemplo, pode indicar que um indivíduo ou grupo está em luto. Antigamente,

quando um familiar falecia, as pessoas usavam roupas pretas para demonstrar seus sentimentos pelo seu ente querido.

Hoje, em função da dinâmica de vida que as pessoas levam, este hábito caiu em desuso. Pensando nisto, o Coração de Luto traz uma nova e inteligente alternativa para resgate desta demonstração de sentimento.

O uso de Bottons e adesivos ambos com o significado de identificar a família enlutada e lenços com mensagens de paz e conforto acompanhando o cortejo até sua última morada.

Nos momentos em que o coração fala, a boca não tem palavras para expressar o sentimento, afinal, os hábitos mudam, mas o sentimento continua o mesmo.

(Disponível em: <<http://coracaodeluto.com.br>>. Acesso em: 01 mar. 2008).

No século XX uma nova forma de “sentir” a morte foi se impondo. Os enlutados passaram a ser divididos em três categorias, de acordo com Gorer (1965): aqueles que escondem completamente a sua dor, procedendo como se nada tivesse acontecido e continuam a manter uma vida aparentemente normal sem qualquer interrupção; aqueles que guardam a dor para si, realizando uma espécie de luto privado, em que quase nada transparece externamente; e aqueles que deixam aparecer livremente sua dor. Este último grupo de enlutados passou a ser excluído socialmente, sendo visto e entendido como um caso clínico que merecia cuidados e tratamentos psicopatológicos.

Para Durkheim (1996. In: DURKHEIM, 1996), o luto é um rito piacular, pois se celebra na inquietude e na tristeza, mas as condutas sociais dos enlutados são normatizadas pela coletividade, ao afirmar que “seja qual for a violência dessas manifestações, elas são estritamente reguladas pela etiqueta” (DURKHEIM, 1996. In: DURKHEIM, 1996, p. 428).

Dessa forma, o luto é entendido não como uma expressão espontânea das emoções individuais, ou seja, os indivíduos choram não apenas porque estão tristes, mas porque se sentem obrigados a chorar. Choram porque é norma:

Não somente os próximos mais diretamente atingidos trazem ao encontro sua dor pessoal, como também a sociedade exerce sobre seus membros uma pressão moral para que harmonizem seus sentimentos com a situação. Permitir que eles permaneçam indiferentes ao golpe que a atinge e a diminui seria proclamar que ela não ocupa nos seus corações o lugar a que tem direito; seria negá-la. Uma família que tolera que um dos seus possa morrer sem ser pranteado testemunha com isso sua falta de unidade moral e de coesão: ela abdica, renuncia a existir. O indivíduo, por sua vez, quando firmemente ligado à sociedade que faz parte, sente-se moralmente compelido a participar de suas tristezas e de suas alegrias; desinteressar-se delas seria romper os vínculos que os unem à sociedade, seria renunciar a querê-la e contradizer-se. [...] Se ele chora, se ele gime, não é simplesmente para traduzir uma tristeza individual, é para cumprir um dever que a sociedade em volta não deixa de lembrar-lhe na ocasião (DURKHEIM, 1996. In: DURKHEIM, 1996, p. 438).

Entretanto, esta interpretação implica um descrédito dos sentimentos dos enlutados, conforme observou Sudnow (1971). Se os indivíduos expressam um pesar menor nos encontros semipúblicos é em decorrência da limitação das expressividades prescritas por

alguns modelos culturais que reduz cada vez mais o sentimento de perda. Nesse sentido, o choro não significa realmente o que se está sentindo, pois o sentimento de dor da perda pode ser bem maior do que é realmente expresso pelos enlutados. Ocorre, portanto, que a morte e o morrer não deixaram de ser sentidos, mas que as expressões de perda passaram a ser exibidas de forma mais contida, recalcada e interdita¹⁰.

Até mesmo nos hospitais, que são locais onde a morte aparece com recorrência, a morte passou a ser negada e escondida. Kubler-Ross (1998) percebeu que nos hospitais norte-americanos tanto os médicos quanto a família e o próprio moribundo reagem à morte com dificuldade. Há uma necessidade de negação visualizada através da privação do moribundo de seu verdadeiro estado de saúde, mesmo que este já saiba ou esteja ciente da gravidade, ainda que não tenha sido informado oficialmente. O silêncio e a negação da morte por parte dos médicos é acompanhado do silêncio, da recusa e da negação da morte pela família e pelos próprios moribundos:

O mais importante é a atitude que assumimos e a capacidade de encarar a doença fatal e a morte. Se isto constitui um grande problema em nossa vida particular, se a morte é encarada como um tabu horrendo, medonho, jamais chegaremos a afrontá-la com calma ao ajudar um paciente. Falo em “morte” de propósito, mesmo que se tenha apenas de responder se um tumor é maligno ou não. O tumor maligno está sempre associado à ideia de morte iminente, a uma natureza destrutiva de morte e detona sempre todas as emoções. Se não somos capazes de encarar a morte com serenidade, como podemos ajudar nossos pacientes? Esperamos, então, que os doentes não nos façam este terrível pedido. Despistamos, falamos de banalidades, do tempo maravilhoso lá fora e, se o paciente for sensível, fará nosso jogo falando da primavera que virá, mesmo sabendo que para ele a primavera não vem. Estes médicos, quando interpelados, dirão que seus pacientes não querem saber a verdade, que nunca perguntam qual era ela e acham que tudo está bem. De fato, sendo médicos, sentem-se grandemente aliviados por não terem de enfrentar a verdade, desconhecendo totalmente, o mais das vezes, quer foram eles que provocaram esta atitude em seus pacientes (KUBLER-ROSS, 1998, p. 36).

Sudnow (1971) observou em uma pesquisa realizada nos hospitais norte-americanos que a morte do hospital¹¹ consiste em cifras – são números – e é contabilizada, sendo inclusive uma premissa para assinalar o *status* de experiência da equipe médica¹², mas esta

¹⁰ Se compararmos a exibição das expressões de dor da perda no início do século XVIII, veremos que neste período havia uma maior exposição da dor da separação através de gemidos, gritos, desmaios, do querer morrer e partir com o outro, uma expressão da “morte romântica” ou dos lutos histéricos (ARIÈS, 2003, p. 72), em que se verifica a intolerância com a separação e com a morte do outro. Por outro lado, em algumas ocasiões esse modelo de morte interdita não se encaixa, já que a morte e seus rituais não obedecem a uma padronização, depende muito de quem morre (crianças, bebês, suicidas, pessoas públicas, idosos, mulheres, homens, etc), da situação econômica do morto, da circunstância da morte (morte natural ou morte trágica, em decorrência de acidente, assassinato, etc.) e do aspecto religioso.

¹¹ Sudnow (1971) distingue a morte do hospital da morte no hospital: essas são as mortes violentas que foram geradas no interior da organização hospitalar, tal como um assassinato dentro do hospital, um suicídio na ala psiquiátrica, etc.

¹² Sudnow (1971) observou que muitas vezes contabilizar a morte pode significar um *status* que possibilita verificar o grau de experiência do médico. Os novos estudantes e médicos têm o hábito de contar o número de

atitude pode significar um indício de preocupação, morbidade ou mesmo medo da morte pelo staff médico, que procura, muitas vezes, estabelecer uma relação de distanciamento com o paciente e com a família, sobretudo quanto a assuntos relacionados diretamente à morte e ao morrer.

Santos (1983. In: MARTINS, 1983, p. 16-17) observou que os profissionais de saúde negam a morte, desenvolvendo mecanismos de defesa que os ajudam a afastar a dor trazida pelo envolvimento com os pacientes. São eles: o mecanismo de negação em fantasia (quando se nega a realidade); o mecanismo de negação em palavras (quando há uma instalação compulsiva de comportamentos motores ou verbais que simbolicamente significam o oposto da dor); o mecanismo de evasão (quando se evita que ocorra um fato que possa desencadear uma dor, geralmente a pessoa utiliza como artifício a fuga de uma situação dolorosa).

Na prática médica há uma intensa recusa da morte pelo fato de que a medicina é concebida como uma prática voltada para a vida. Com isso, há uma separação radical entre vida e morte que resulta numa anulação e supressão da morte, “a recusa da morte, por parte dos médicos, pode transformá-la mesmo em assunto interditado (num interdito), absolutamente evitado nas suas conversas” (CONSORTE, 1983. In: MARTINS, 1983, p. 41).

A utilização de jargões que atuam na finalidade de negar a morte é comum na prática médica. Entre os médicos e as enfermeiras o paciente não morre, mas a morte é traduzida através de eufemismos: “vai a óbito” ou “teve uma parada cardíaca”; se estiver para morrer, é “paciente fora das possibilidades terapêuticas”; preparar o morto é “fazer o pacote”. (SANTOS, 1983. In: MARTINS, 1983). Essas condutas de evitação indicam o temor da morte e a preocupação em se proteger dela (THOMAS, 1991, p. 117).

A morte passa a ser dissimulada também nas atitudes e nos discursos sociais. Evita-se dizer que alguém morreu, preferindo-se dizer “descansou”; evita-se falar em “morto” ou “cadáver”, referindo-se a eles (os mortos) como um “corpo” ou um “óbito”; não se fala mais de “centros funerários” ou “pompas fúnebres”, mas de “serviços tanatológicos”; os cemitérios se tornaram “espaços verdes” ou “campos-santos”. Nessa conjuntura, certas palavras são proibidas, desaconselhadas e substituídas por outras.

Mitford (2000) observou que as associações norte-americanas que trabalham com a morte adotaram em 1916 um glossário com nomenclaturas substitutivas para apagar a palavra “morte” e todas as suas associações. Em 1956 uma vasta lista foi criada por Victor Landing, no *Basic Principles of Funeral Service*, com o objetivo de evitar, tanto quanto possível, a

acontecimentos para medir sua experiência, aumentar a competência e autoridade do praticante. Um dos signos de maior competência entre os colegas se manifesta quando o médico deixa de contar e diz que já perdeu a conta.

utilização da palavra “morte”. Uma certidão de óbito deveria ser chamada de “formulário de estatísticas vitais”; o transporte de uma pessoa morta deveria ser substituído por “transferir” ou “remover” e os cemitérios passariam a ser “parques memoriais” (MITFORD, 2000, p. 52).

Novas terminologias foram surgindo no vocabulário fúnebre norte-americano. Os *undertaker* (antigos empresários fúnebres do século XIX) foram suplantados pelos *funeral directors* (atuais profissionais responsáveis pelos funerais norte-americanos); os *coffins* substituídos por *caskets*; as flores são chamadas de *floral tributes*; os cadáveres são denominados de *loved ones*. Nas etiquetas mortuárias os cadáveres são chamados pelos nomes e eufemismos como *reposing room* ou *slumber room* (MITFORD, 2000, p. 17).

O processo de interdição, ocultação e banimento da morte e dos mortos está aliado ao sentimento contemporâneo de horror e medo dos corpos mortos e decompostos. Como na atual sociedade predomina uma sensação de imortalidade (ELIAS, 2001), um cadáver trai a ilusão de que o corpo não está condenado ao desaparecimento (CATROGA, 2002, p. 17). Portanto, um cadáver simboliza aquilo que uma sociedade não quer ser. Com isso “a morte que até então estava de alguma maneira integrada à vida, agora aparece como um apodrecimento” (MARTIN-FUGIER, 1991, p. 257).

Os sentimentos de repugnância, desagrado e nojo foram despertados no curso do processo civilizador (ELIAS, 1994). A censura às funções naturais do corpo foi se impondo aos padrões de comportamento da vida moderna. As referências às funções corporais como “defecar”, “urinar”, “peidar”, etc. e às partes do corpo nelas envolvidas foram, aos poucos, sendo ignoradas e omitidas no comportamento social ocidental. A transformação das relações entre os homens fez com que as manifestações de algumas funções corpóreas fossem tratadas como vergonhosas e, portanto, interditas (ELIAS, 1994)¹³. A ruptura em relação ao significado do corpo e, consequentemente, em relação ao significado do cadáver foi acompanhada pela recusa e repugnância aos corpos em decomposição e aos cadáveres carcomidos por vermes.

Mas nem todas as sociedades e culturas reagem da mesma forma à imagem e à representação de um corpo morto. Para DaMatta (1985. In: DaMATTÀ, 1985), existem dois tipos de relações que as sociedades estabelecem com a morte e com os mortos. Nas sociedades individualistas, modernas e igualitárias, predomina um tipo de sistema que se

¹³ Para Elias (1994) o pudor em relação ao corpo aparece já no século XVI, com o desejo de obter um grau de controle dos impulsos e das emoções com a finalidade de cultivar sentimentos de vergonha em relação às funções do corpo. No século XIX os argumentos de natureza médica também serviram como instrumentos para impelir ao controle e à renúncia de uma satisfação instintiva. Entretanto, o movimento de reformulação das necessidades humanas ocorreu devido à transformação das relações entre os homens e o desenvolvimento da aparelhagem técnica e serviu somente para a reprodução e disseminação desses padrões.

preocupa com a morte e descarta o morto. Nesse modelo, o indivíduo prevalece sobre o todo e a morte se torna um problema que será tema de livros, palestras, cursos e seminários, mas pensar nos mortos faz parte de um sentimento mórbido, sendo mais aceitável o esquecimento.

Já nas sociedades relacionais há uma preocupação com o morto e uma rejeição da morte. Nesse tipo de sociedade, o sujeito social não é o indivíduo, mas as relações sociais que se estabelecem entre eles. Os mortos são chorados, invocados, lembrados, e, paralelamente, há um silêncio sobre a morte.

Esse modelo de morte das sociedades relacionais pode ser encontrado nas sociedades tribais ou tradicionais, como observou Cunha (1978, p. 17) com os Krahó, um grupo indígena que habita a margem direita do Tocantins, no cerrado do norte de Goiás:

Se no corpo se imprime o simbolismo da sociedade, então a morte de um homem “significa” a morte da sociedade, ou pelo menos de uma sociedade igual a si mesma. Ora, o que diz a teoria Krahó, senão que a conjunção excessiva com o círculo familiar em detrimento da vida pública assim como a negação da reciprocidade comprometem irremediavelmente a sobrevivência da comunidade. Na morte de um homem enquanto discurso simbólico aflora a inquietação do grupo.

Sobre o elo entre os vivos e os mortos nas sociedades tradicionais, Lévi-Strauss (2008, p. 218) observou que entre os Bororo, grupo indígena do Estado do Mato Grosso, quando um índio morre, não só os parentes próximos, mas toda a sociedade é lesada.

DaMatta (1985. In: DaMATTA, 1985) acredita que o caso da morte e dos mortos na sociedade brasileira se assemelha aos modelos estabelecidos nas sociedades relacionais, pois no Brasil se fala muito mais nos mortos do que na morte – esta é concebida como uma passagem para “outro mundo”, ao passo que, quanto aos mortos, há uma intenção de lembrá-los através da prática de alguns atos rituais, como comemorar seus aniversários de nascimento e de morte. No universo fúnebre brasileiro há uma proximidade moral e uma relação permanente entre os vivos e os mortos expressa na visita e nos cuidados aos túmulos e nas relações de respeito que são estabelecidas com os mortos e os enlutados. Na década de 1870 se aconselhava a não utilizar chapéus e a não fumar próximo aos mortos¹⁴. Já na década de 2006, alguns comportamentos rituais eram sugeridos nas cerimônias e rituais fúnebres, tais como:

1. Desligue o seu celular ou utilize-o no modo silencioso;
2. Procure manter o tom da sua voz baixo;
3. Diga “sinto muito”, “conte comigo” em lugar de “meus pêsames”. Soa melhor;
4. Se não consegue falar ou não sabe o que dizer, simplesmente dê um abraço carinhoso;

¹⁴ Artigo 36 do Regulamento de 20 de julho de 1870, decretado pelo presidente da Província de Maceió, intitulado: “Para o cemitério público da cidade de Maceió”. (Arquivo Público Estadual de Alagoas – APEAL).

5. Evite falar sobre assuntos desagradáveis que envolvem a pessoa que está sendo velada;
6. Procure ser discreto ao sorrir. Não dê gargalhadas, é de péssimo tom;
7. Em todo tempo mantenha a serenidade e a compostura¹⁵.

Nas sociedades individualistas não ocorre essa relação entre vivos e mortos. Segundo DaMatta (1985. In: DaMATTA, 1985), na relação que essas sociedades estabelecem com seus mortos há uma necessidade de destruí-lo e, uma vez despachado, não deve ser lembrado ou sequer invocado:

Na medida em que se pode discernir como o individualismo torna negativas as relações sociais e a lógica relacional que a acompanha, pode-se talvez compreender por que uma sociedade como a norte-americana promove a existência de instituições especializadas em tomar conta do morto que, no momento em que deixa este mundo, nada mais recebe da sua família, ficando isolado e sendo preparado num funeral home (DaMATTA, 1985. In: DaMATTA, 1985, p. 117).

Quando um evento ocorre numa situação de isolamento do morto, nas sociedades relacionais passa a ser um caso emblemático e paradigmático, sendo lembrado, evocado e alvo de questionamento e admiração, conforme descreveu o Mestre de Cerimônias do Campo Santo Parque das Flores, que, ao ser interrogado se já havia presenciado algum caso atípico, lembrou o velório e o sepultamento de uma senhora cujo corpo foi sepultado no horário da manhã, mas que desde as dezesseis horas do dia anterior havia sido colocado em uma das capelas velatórias do cemitério, sem que absolutamente ninguém tivesse aparecido para velar a morta – os familiares chegaram ao cemitério somente no dia posterior para realizar a cerimônia de sepultamento. O Mestre de Cerimônias acrescenta ainda que:

Já aconteceu de chegar assim colocar, uma velhinha mesmo, colocaram na capela quatro horas da tarde. A velha ficou aí sozinha. A família só veio no outro dia mesmo para sepultar. A velha ficou. Até um cara [uma pessoa que estava velando outro morto] disse: “Rapaz eu tô até com pena da velha, coitada, tava lá sozinha, não tinha ninguém pra acompanhar a senhora”. Ficou lá sozinha.

O velório todo?

Foi o velório todo. Ninguém. Só apareceu eu acho que uma hora antes de sepultar. E eu já fiz sepultamento aqui também que eu acho que família tinha vergonha do morto, do defunto, que só saiu eu e o coveiro mesmo empurrando. Quem ficou velando foi eu. Eu acostumado a fazer sepultamento aqui com um monte de gente, né? Aquela multidão. Saí assim quando eu olhei para o lado achei até estranho: “Meu Deus do céu!” Que a família saiu ao contrário, tinham dois, aí saiu na frente eu e o coveiro empurrando o carrinho, a Cristina aqui da lanchonete teve até pena, ela veio junto também. Pode crer [risos]. Foi eu, o coveiro e a Cristina. Cristina disse “Pelo amor de Deus, cadê o povo, hem?”. O povo lá. O povo no lugar de vir atrás, não, ficou ali, não tem a floricultura? Ficaram por ali tapeando. Quatro pessoas da família ficaram pela floricultura, aí disseram: “Pode ir andando”. Ai a

¹⁵ Essa lista de comportamentos rituais foi elaborada pela Assistente Social do Campo Santo Parque das Flores, que, incomodada com a maneira como os acompanhantes se comportavam nos velórios e sepultamentos, elaborou um *folder*, que fica exposto nas capelas de velório do cemitério, contendo uma lista de sete sugestões para os acompanhantes com o objetivo de “respeitar os mortos e as famílias enlutadas” (Informações obtidas em conversa informal com a Assistente Social).

gente foi andando. “Pelo amor de Deus!” Só me deu vontade de rir. Eu olhava para um lado não via ninguém, eu olhava para a cara da Cristina assim, meu Deus!

Quem era a pessoa morta?

Era uma senhora. Uma senhora. Aí quando eu olhei para trás, ninguém. A Cristina veio para não passar vergonha, ela disse “Porque eu já tô aqui morta de vergonha. Menino, como é que pode isso, hem?”. E eu procurando a família.

E vocês não procuram nem saber o porquê?

Não, porque se ela [a família] mandou ir andando, vamos andando. Porque é uma coisa muito pessoal, né? Será que essa mulher [a pessoa morta] fez tanto mal assim? Ou estão com vergonha porque só tem quatro pessoas no sepultamento? [questiona]. Ela [a filha da pessoa morta] mandou seguir, eu fui embora com o coveiro, andando, e a Cristina. Aí eles mandaram eu seguir [disseram]: “Não! Pode seguir”. Quando chegou bem aqui, foi bem aqui, aí eles chegaram os quatro com umas florzinhas. Desceu [a urna]. Pronto. Colocaram a urna lá.

(Entrevista com Monsenhor, realizada em 17 de março de 2008).

Este evento descrito com curiosidade é considerado um caso atípico no cotidiano fúnebre da sociedade relacional brasileira, o que levou o funcionário a questionar inclusive o caráter moral da pessoa morta: “Será que essa mulher fez tanto mal assim?”.

A correlação existente entre os vivos e os mortos na sociedade brasileira foi abordada por Freire (2005) em estudo sobre a sociabilidade entre famílias enlutadas que frequentavam um grupo de apoio psicológico no cemitério Morada da Paz, na cidade de Natal, no Estado do Rio Grande do Norte. Ao observar, nas narrativas dos enlutados, que havia uma necessidade de manutenção do vínculo com os mortos, a autora assinala:

A manutenção deste vínculo com o parente falecido pôde ser percebida, sobretudo, principalmente nas falas dos enlutados sobre o morto, referido muitas vezes por meio do verbo no tempo presente, como “Gustavo gosta disso”, “Andréa é muito impaciente”. Além disso, algumas atitudes, como manter na agenda do telefone celular o número do falecido, deixar sua voz gravada na secretaria eletrônica do telefone de casa, ou ainda comprar presentes que agradariam o morto no dia de seu aniversário, eram reveladas pelos participantes do grupo como naturais (FREIRE, 2005, p. 93).

O vínculo entre os vivos e os mortos se justifica pelo fato de o corpo morto, o cadáver, possuir *mana* – já que é sagrado, tem valor mágico, religioso e social. Segundo Marcel Mauss (2003), *mana* é uma ação, um meio, qualidade, substância, atividade. O *mana* é uma coisa:

Diz-se de um ser, espírito, homem, pedra ou rito, que ele tem *mana*, o *mana* de fazer isso ou aquilo. Emprega-se a palavra *mana* nas diversas formas das diversas conjugações, ela significa então ter *mana*, dar *mana*, etc. [...] O *mana* é propriamente o que produz o valor das coisas e das pessoas, valor mágico, valor religioso e mesmo valor social (MAUSS, 2003, p. 142-143, grifo do autor).

Sendo assim, pode-se afirmar também que, pelo seu poder mágico, um cadáver exerce uma magia de contágio, podendo simbolizar tanto a pureza quanto o perigo (impureza) (DOUGLAS, 1986), através da crença universal de ser puro e impuro ao mesmo tempo.

As coisas ou pessoas só são impuras/perigosas porque a sociedade assume em relação a elas uma atitude ritual. Dessa forma, um cadáver passa a ser impuro também pela imagem que assume: a palidez do corpo (decorrente da desidratação do cadáver, que faz surgir o processo de pergaminho da pele, já que a pele desseca e o corpo assume uma tonalidade pardacenta); o cheiro; o enrijecimento (resultante do processo de desidratação); a frieza (devido à tendência do corpo morto em equilibrar sua temperatura com o meio ambiente); e as secreções que passam a ser expelidas quando a pessoa morre (sobretudo porque, no momento da morte, o esfíncter anal se relaxa, dando saída, em alguns casos, a substâncias fecais), secreções que, mesmo sendo de origem natural, ocupam um espaço exterior, aquele reservado à cultura, fazendo com que um cadáver passe a ser inaceitável, repudiado, nojento, repulsivo e repugnado.

A morte é um fato social e um fato social total, já que se apresenta com um caráter tridimensional, fazendo coincidir a dimensão sociológica, histórica, fisiológica e psíquica (LEVI-STRAUSS, 2003, In. MAUSS, 2003, p. 24). Nesse sentido, acredito que, para compreender o significado dos rituais de morte – incluindo a dinâmica do mercado e do consumo fúnebre –, é preciso entender a maneira como cada sociedade ou cultura lida e se relaciona com o morrer e com os seus mortos, pois, se o morrer é um fato social total, então cada sociedade simboliza, interpreta e atribui significados para o morrer, para a morte e para os mortos de acordo com a sua cultura. Sendo assim, a morte e tudo o que está relacionado a ela (o morrer, o significado do corpo morto, o mercado fúnebre e o consumo fúnebre, por exemplo) devem ser entendidos observando e respeitando o contexto e espaço sociocultural de sua representação.

Sepultar

Cemitério...
infecta morada dos mortos em meio às habitações dos vivos
(Phillipe Ariès)

Quando um indivíduo morre, toda uma estrutura social é abalada, pois a morte tende a quebrar o ritmo normal da vida do grupo social e familiar. Ocorre que a presença de um indivíduo morto, de um cadáver, representa a liminaridade. O morto não pertence mais a este mundo e tampouco chegou ao mundo do além, “ele, que era a materialização da estrutura, agora se desestrutura. Agora é antiestrutura” (RODRIGUES, 2006b, p. 61). É necessário então, exorcizar o cadáver, enviá-lo à sepultura num ritual purificatório, que objetiva tanto eliminar a morte da sociedade, quanto orientar o destino do defunto.

Malinowski (1984, p. 52) observou uma atitude dualista e contraditória nos ritos de sepultamento revelada através da tendência de preservar o corpo, mantendo intacta sua forma ou retendo-se parte dele, e do desejo de livrar-se do corpo, de tirá-lo do caminho e de aniquilá-lo completamente. É por este motivo que os ritos e as cerimônias realizadas quando da morte de um sujeito social irão proporcionar “o meio poderoso de reintegração da abalada solidariedade do grupo e de reestabelecimento do seu moral” (MALINOWSKI, 1984, p. 56).

Todas essas cerimônias rituais *post mortem* desempenham, para Thomas (1991), a função de preservar o equilíbrio individual e social dos vivos e de superar a angústia da morte:

Son ritos todas las conductas corporales más o menos estereotipadas, a veces codificadas e institucionalizadas, que se basan necesariamente en un conjunto complejo de símbolos y de creencias. Los ritos funerarios, comportamientos variados que reflejan los afectos más profundos y supuestamente guían al difunto en su destino post mortem, tienen como objetivo fundamental superar la angustia de muerte de los sobrevivientes (THOMAS, 1991, p. 115).

O ato de sepultar não deve ser percebido apenas como um gesto instrumental de motivação higiênica (afastar a sociedade de um cadáver que pode trazer doenças contagiosas). Se a morte abala a estrutura social, conforme apontou Malinowski (1984), então o ato de sepultar representa a ordenação. Se a morte é desordem, o sepultamento é a ordem ou o reordenamento social. Para Thomas (1991, p. 119), o ritual do sepultamento desempenha uma função fundamental como “la de preservar el equilibrio individual y social de los vivos”.

Eliade (1992, p. 151) observa ainda que, “para certos povos, só o sepultamento ritual conforma a morte: aquele que não é enterrado segundo o costume não está morto”. Portanto, a morte de um indivíduo só passa a ser validada para a sociedade depois da realização de alguns rituais e cerimônias fúnebres para se ter a certeza de que “a alma do defunto foi

ritualmente conduzida a sua nova morada, no outro mundo, e lá foi aceita pela comunidade dos mortos” (ELIADE, 1992, p. 151).

Se o ato de sepultar tem um significado na sociedade, ele também é ressignificado, reinterpretado e adaptado simbolicamente à vida cultural de cada sociedade. O ritual de sepultamento muda, se transforma, pois conforme observou Mauss (2003, p. 56), os atos rituais são “capazes de produzir algo mais do que convenções; são eminentemente eficazes; são criadores, eles fazem”. Nesse sentido, a maneira como a sociedade sepulta seus mortos se modifica, podendo, inclusive (re)criar novos significados rituais, e as mudanças ocorridas nos rituais do *post mortem* ajudam a compreender a (re)construção e (re)criação de uma nova cultura fúnebre, que, entre outras coisas, possibilita uma empresariação do morrer.

2.1. Os sepultamentos *ad sanctos* e *extra-urbe*

Na Europa da Idade Média não havia distinção entre a igreja e o cemitério, pois era comum que os cadáveres fossem sepultados no espaço sagrado das igrejas ou em seu entorno. A palavra “cemitério” era utilizada somente para designar a parte externa das igrejas: o pátio, que era chamado de *atrium* ou *aître* (ARIÈS, 2003, p. 40). No período medieval os cemitérios apresentavam as seguintes características:

Ele ainda é construído no pátio retangular da igreja, cuja parede ocupa, geralmente, um de seus quatro lados. Os outros três são frequentemente guarnecidos de arcadas ou de carneiros. Acima dessas galerias ficam os ossários, onde crânios e membros são dispostos com arte – a busca de efeitos decorativos com ossos resultará, em pleno século XVIII, na criação barroca e macabra de imagens que se pode ver ainda, em Roma, por exemplo, na igreja dos Capuchinhos ou na igreja della Orazione e della Morte, atrás do palácio Farnese: lustres e enfeites surpreendentemente fabricados com pequenos ossos (ARIÈS, 2003, p. 41,42).

Nesse período os sepultados *ad sanctos* significavam o “desejo de se beneficiar da proteção do santo, cujo santuário era confiado o corpo” (ARIÈS, 2003, p. 202). Portanto, a preocupação com o destino do corpo não era tão significativa – pouco importava o que seria feito com ele, desde que fosse conservado dentro de locais sagrados. Havia uma preocupação maior com o repouso da alma. Assim, a escolha do local da sepultura obedecia a uma devoção religiosa.

Os mais ricos faziam questão de ser sepultados no interior das igrejas e podiam pagar por isso. Já os que possuíam menos condições financeiras eram sepultados normalmente na parte externa, no *atrium* das igrejas. E os mais pobres, que não possuíam nenhuma condição de ser sepultado nos lugares divinos, tinham seus corpos enterrados em valas comuns, amontoados uns sobre os outros. Essas valas, depois de cheias, eram reabertas, e os ossos eram retirados e levados para ornamentar os ossários.

Reis (1991) observou que, na sociedade brasileira do Oitocentos, predominava o costume dos sepultamentos nas igrejas ou em seu entorno: *ad sanctos*, cuja finalidade era garantir a salvação eterna. Para o autor, os sepultamentos nos lugares santos sugerem a permanência da necessidade de uma relação de continuidade com o mundo dos mortos. O ato de pisar sobre os mortos fazia com que estes fossem sempre lembrados e evocados pelos vivos nas orações. Conforme verificou Cláudia Rodrigues (1999, p. 01):

[Havia] até meados dos Oitocentos, familiaridade entre vivos e mortos, expressa nos sepultamentos no interior ou em torno das igrejas. Costume este, essencialmente cristão, que possibilitava a vizinhança cotidiana entre os fiéis e seus mortos, pois ao frequentarem, as igrejas, pisavam, caminhavam, sentavam e oravam sobre as sepulturas.

No final do século XVIII surgiu o que Foucault (1979a) chamou de medo urbano, a partir do aparecimento de um sentimento de angústia trazido com o desenvolvimento urbano. Esse medo urbano é caracterizado pelo:

medo das oficinas e fábricas que estão se construindo, do amontoamento da população, das casas altas demais, da população numerosa demais; medo, também, das epidemias urbanas, dos cemitérios que se tornam cada vez mais numerosos e invadem pouco a pouco a cidade; medo de esgotos, das *caves* sobre as quais são construídas as casas que estão sempre correndo o perigo de desmoronar (FOUCAULT, 1979a, p. 87).

Nesse mesmo período a noção de medo urbano se associou a um processo de inquietude político-sanitária surgida a partir do desenvolvimento da noção de salubridade, conforme explica Foucault (1979a, p. 93):

Salubridade não é a mesma coisa que saúde, e sim o estado das coisas, do meio e seus elementos constitutivos, que permitem a melhor saúde possível. Salubridade é a base material e social capaz de assegurar a melhor saúde possível dos indivíduos. E é correlativamente a ela que aparece a noção de higiene pública, técnica de controle e de modificação dos elementos materiais do meio que são suscetíveis de favorecer ou, ao contrário, prejudicar a saúde. Salubridade e insalubridade são o estado das coisas e do meio enquanto afetam a saúde; a higiene pública – no séc. XIX, a noção essencial da medicina social francesa – é o controle político científico deste meio.

Sob a égide da noção de salubridade, o cheiro e a maneira como os defuntos eram depositados nas dependências eclesiásticas começaram a desagradar. Com o passar do tempo, surgiram as queixas das inumações dentro das igrejas, que se baseavam em dois aspectos: um

de higiene pública (ameaça de epidemias) e outro moral e religioso (vergonha de enterrar os homens da forma como eram sepultados dentro das igrejas: amontoados uns sobre os outros).

Da segunda metade do século XVIII em diante, uma vasta literatura médica divulgava que os enterros nas igrejas ofereciam riscos de infecções e doenças contagiosas. Baseados na teoria dos miasmas¹⁶, os médicos denunciavam as emanações pestilentas trazidas pelos odores dos corpos, condenavam os velórios em residências e alertavam sobre o perigo dos sepultamentos *ad sanctos*:

Para eles [os médicos], a decomposição de cadáveres produzia gases que poluíam o ar, contaminavam os vivos, causavam doenças e epidemias. Os mortos representavam um sério problema de saúde pública. Os velórios, os cortejos fúnebres e outros usos funerários seriam focos de doença, só mantidos pela resistência de uma mentalidade atrasada e supersticiosa, que não combinava com os ideais civilizatórios da nação que se formava. Uma organização civilizada no espaço urbano requeria que a morte fosse higienizada, sobretudo que os mortos fossem expulsos de entre os vivos e segregados em cemitérios extra-muros (REIS, 1991, p.247).

O acúmulo de mortos nas igrejas e em seu entorno se tornou intolerável. A nova cultura fúnebre pretendia que os mortos estivessem inumados em uma morada própria. Nesse período foi proibido o sepultamento nas igrejas, e a presença dos cemitérios se tornou necessária.

Foucault (1979a) explica que a extinção dos sepultamentos no interior das igrejas francesas se explica em decorrência da inquietude político-sanitária e do desenvolvimento de uma medicina urbana que objetivava a organização sanitária das cidades no final do século XVIII:

Crê-se, frequentemente, que foi o cristianismo quem ensinou à sociedade moderna o culto dos mortos. Penso de maneira diferente. Nada na teologia cristã levava a crer ser preciso respeitar o cadáver enquanto tal. O Deus cristão é bastante Todo-Poderoso para poder ressuscitar os mortos mesmo quando misturados em um ossuário. Em compensação, a individualização do cadáver, do caixão e do túmulo aparece no final do século XVIII por razões não teológico-religiosas de respeito ao cadáver, mas político-sanitárias de respeito aos vivos. Para que os vivos estejam ao abrigo da influência nefasta dos mortos, é preciso que os mortos sejam tão bem classificados quanto os vivos ou melhor, se possível. É assim que aparece na periferia das cidades, no final do século XVIII, um verdadeiro exército de mortos tão bem enfileirados quanto uma tropa que se passa em revista. Pois é preciso esquadrinhar, analisar e reduzir esse perigo perpétuo que os mortos constituem. Eles vão, portanto, ser colocados no campo e em regimento, uns ao lado dos outros, nas grandes planícies que circundam as cidades (FOUCAULT, 1979a, p. 89-90).

¹⁶ A teoria dos miasmas se consolidou durante o século XVIII e baseava-se na noção de que, quando o ar fosse de má qualidade, as pessoas que respirassem este ar ficariam doentes. A infecção miasmática se dava através do meio ambiente quando o ar era infectado por gases ou vapores pútridos. A tese contrária à teoria miasmática é a teoria microbiana, consolidada na segunda metade do século XX, que postulava que as infecções eram causadas por meio de micro-organismos patológicos, os micróbios (REIS, 1991; ARIÈS, 2003).

Nos projetos urbanísticos, os novos cemitérios deveriam ser localizados fora das cidades e administrados pela municipalidade. Com base nesse pensamento, a municipalidade da França permitiu a destruição do cemitério intramuros: o *Cimetière des Saints-Innocents*, que, localizado no centro de Paris, servia para acumular os cadáveres de pessoas que não tinham condições financeiras para ser sepultado em túmulos individuais. O empilhamento dos cadáveres no “cemitério dos inocentes” era tal que os cadáveres muitas vezes se empilhavam em cima do muro, caindo para o lado de fora da necrópole. Quando o “cemitério dos inocentes” foi fechado, os corpos de mais de vinte mil cadáveres com os caixões foram exumados e transferidos durante os anos de 1785 a 1787 para as catacumbas de Paris, que foram criadas com o intuito de servir de depósito (descanso) definitivo para as ossadas retiradas de cemitérios desativados. As catacumbas compreendem paredes formadas por crânios e tíbias empilhadas. Em 1785 os ossos de quase seis milhões de corpos foram transferidos para as catacumbas.

No Brasil os pressupostos médico-higiênicos orientaram a construção de cemitérios afastados das cidades. A medicina ditou as normas, e os legisladores proibiram as sepulturas nos espaços sagrados e recomendaram a construção de cemitérios afastados da cidade. A primeira proibição dos sepultamentos *ad sanctos* e a orientação para a criação de uma nova morada para os mortos ocorreu com a Carta Régia nº. 18, de 14 de janeiro de 1801:

Em 1801, o legislador ouviu com cuidado seus conselheiros higienistas e ordenava que se construísse, fora da cidade e em local seco e varrido pelos ventos, um ou mais cemitérios, amplos o suficiente para “que não seja necessário abrirem-se as sepulturas antes que estejam consumidos os corpos, que nelas se houverem depositado”. Para substituir os jazigos perpétuos, concedia que as famílias possuissem “carneiro sem luxo”. Cada cemitério teria capelão próprio e capela decente onde se rezasse missas fúnebres, inclusive missa solene no dia de Finados. Todas essas medidas deveriam ser coordenadas pelo arcebispo da Bahia. Construído os cemitérios, seriam proibidos os enterros nas igrejas (REIS, 1991, p. 274).

Ocorre, porém, que esta lei nunca foi posta em prática e, somente em 1828, outra orientação nacional ordenou a construção de cemitérios *extra-urbe*. A Lei Imperial de Estruturação dos Municípios, de 28 de outubro de 1828, instituída por D. Pedro I, recomendou, no artigo 66, parágrafo 2º, que as câmaras municipais elaborassem leis para estabelecer a construção de cemitérios fora das igrejas. Entretanto, mesmo depois de promulgada, os sepultamentos nas igrejas continuaram a ocorrer em vários municípios do país, já que as câmaras municipais adiaram o quanto puderam a construção de cemitérios públicos nas cidades.

Na Bahia, a dificuldade de colocar em prática a Lei de 1828 fez com que a Assembleia Legislativa Provincial criasse uma lei provincial concedendo o monopólio dos enterros a uma companhia privada. A Lei nº 17, de 04 de junho de 1835, autorizou a construção do primeiro cemitério privado na cidade de Salvador, que foi inaugurado em 23 de outubro de 1836, e, dois dias depois, foi alvo de uma revolta: a cemiterada, uma manifestação violenta, organizada pelas confrarias religiosas (irmãndades ou ordens terceiras) contra o campo-santo, pois este representava não só o declínio material das confrarias, mas o declínio religioso de toda uma mentalidade social – nesse episódio, “a economia ritual e material eram duas faces da mesma moeda” (REIS, 1991, p. 330)¹⁷.

Em São Paulo, os sepultamentos nas igrejas só foram proibidos em 1856, através de uma lei que também regulamentou a construção de cemitérios. A partir deste ano, cada cidade paulistana foi produzindo arranjos para lidar com a questão dos enterramentos de seus mortos¹⁸.

No Maranhão, os enterros *ad sanctos* só foram proibidos através da promulgação da Lei nº 225, de 30 de setembro de 1846, que dispôs sobre os cemitérios, enterros e aberturas de sepulturas e, no título II, instituía que ficaria “prohibido, depois de construídos os cemiterios, o enterramento de pessoas dentro do recinto das igrejas... Aos contraventores, inclusive os parocos, e procuradores das irmandades, a multa de trinta mil reis, e o duplo na reincidência” (COE, 2006, p. 02). Mas foi somente nos fins de 1855 que esta lei foi severamente seguida, sobretudo após a inauguração do Cemitério do Gavião, no dia 06 de setembro de 1855, quando “tornou-se mais visível em São Luís a ‘laicização’ dos enterros e o consequente advento dos cemitérios longe das igrejas, distante do ambiente urbano” (COE, 2006, p. 05)¹⁹.

Em Cuiabá, a Lei Municipal nº 18, de 28 de agosto de 1835, coibiu os enterros nas igrejas e a Lei Municipal nº 21, de 02 de setembro de 1835, regulamentou a construção de cemitérios na capital mato-grossense, fixando, inclusive:

o número de cemitérios considerados necessários, definindo a manutenção de um portão com chave e um coveiro com a função de guardar o local e dar sepulturas aos defuntos, proibindo os enterramentos dentro das igrejas, regulamentando as práticas religiosas ali desenvolvidas com o objetivo de *encomendar os defuntos* e

¹⁷ Reis (1991) analisa o movimento da cemiterada ocorrido na Cidade de Salvador contra a implantação do cemitério particular na cidade que representou o fim do monopólio dos sepultamentos pelas confrarias religiosas baianas. No livro *A morte é uma festa*, Reis analisa também os ritos fúnebres que faziam parte do cotidiano brasileiro no século XIX.

¹⁸ As discussões e legislações sobre o impedimento dos sepultamentos nas igrejas e a recomendação para a construção de cemitérios públicos nas cidades do Estado de São Paulo foram analisadas por Cymbalista na obra *Cidade dos vivos* (2002).

¹⁹ As legislações municipais da cidade de São Luís sobre a transferência dos enterramentos nas igrejas foram abordadas por Coe (2006), em um breve texto apresentado no XII Encontro Regional de História da ANPUH, no Rio de Janeiro.

permitindo aos familiares dos falecidos erigir túmulos *com a decência que quiserem*, ficando o pároco com a obrigação de encomendar o defunto em sua moradia, devendo o corpo seguir logo depois para o cemitério (ROCHA, M., 2001, p. 25-26, grifo do autor).

Entretanto, as inumações dentro das igrejas continuaram a ser uma constante em Cuiabá. Foi somente no ano de 1864, quando o Cemitério de Nossa Senhora da Piedade foi inaugurado, que a transferência dos enterros se concretizou²⁰.

Em Maceió, o Código de Postura da Câmara promulgou a Lei Municipal nº 32, de 03 de dezembro de 1845, que, sob a Secção I – Título I –, intitulada “Saúde pública”, determinou, dentre outras proibições caracterizadas por saúde pública, a suspensão dos sepultamentos nas igrejas e determinou a construção de cemitérios públicos destinados a enterros provisórios e definitivos:

§ 1º. Fica absolutamente prohibido enterrarem-se corpos dentro das igrejas ou sacristias. Os administradores das igrejas que violarem esta postura pagarão dez mil réis. Esta disposição terá seu efeito sómente depois de estabelecidos os cemitérios fôra da cidade, ou de se terem designado pela câmara municipal os logares em que se devam fazer os enterros provisoria ou definitivamente.

§ 2º. Nos logares em que fôrem destinados provisoria ou definitivamente para os enterros, não se poderá abrir nova sepultura, em cova ou catacumba já ocupada por outro cadáver, nem as sepulturas serão abertas para qualquer fim, antes do prazo de dous annos sendo em catacumba, e tres annos nos jazigos ordinários, salvo se fôr por ordem dos magistrados, os quaes ficam obrigados neste caso a empregar as convenientes cautelas sanitárias: as covas ordinarias e catacumbas não ficarão abertas por mais de vinte e quatro horas: os infractores pagarão dez mil réis de multa.
[...]

§ 4º. Todos os corpos que se enterrarem deverão ficar abaixo da superfície da terra pelo menos seis palmos, sendo a terra bem socada, e devendo além disso não haver mais de um corpo em cada cova, salvo se entre um e outro ficar uma camada de terra da altura de outros seis palmos: os que o contrario praticarem pagarão dois mil réis de condenação, e não tendo com que pagar, sofrerão vinte e quatro dias de prisão.

§ 5º. Nenhum corpo será dado à sepultura, tendo a morte sido repentina, sem prévia participação à autoridade de polícia, a qual nomeará um facultativo para ir examinar o dito corpo, e quando haja suspeita de propinação de veneno, ou de ter sido morto por qualquer outro modo violento, não será enterrado sem se proceder à autopsia e exames necessarios para conhecer a existencia, ou não existencia de delicto; em todos esses casos o facultativo declarará quando deve ser sepultado. Os infractores pagarão de cinco a dez mil réis de condenação, e não tendo com que pagar, sofrerão tres a cinco dias de prisão.

§ 6º. Nenhum corpo de qualquer tamanho que seja, será conduzido á sepultura sem ser em caixão fechado e coberto com um panno, quando a enfermidade de que falecer poder produzir contagio: os que se acharem culpados por contravenção a esta postura, pagarão dez mil réis de multa, e se não tiverem com que pagar, sofrerão cinco dias de cadeia. (Lei nº 32, de 03 de dezembro de 1845. Código de Postura da Câmara de Maceió, Secção I, Título I, “Saúde pública” – Arquivo Público Estadual de Alagoas – APEAL).

²⁰ O estudo sobre as igrejas e os cemitérios e as transformações das práticas de enterramentos na cidade de Cuiabá, no Estado do Mato Grosso, durante o período de 1850 a 1889, foram abordadas por Maria Aparecida Rocha (2001).

Mas foi somente em 06 de julho de 1850 que a Lei Municipal nº 130 autorizou que o Governo da Província providenciasse, com a maior brevidade possível, a realização de várias obras com essa finalidade. O parágrafo 8º da lei determinou a “construcção de um cemitério na Capital, e no lugar que o Governo julgar apropriado”. O primeiro cemitério público da cidade alagoana foi inaugurado em 19 de novembro de 1855. O local escolhido foi um areal localizado na margem da estrada que liga o bairro do Trapiche ao bairro do Pontal da Barra. Este cemitério era de propriedade provincial, exceto a parte ocupada pelas catacumbas das confrarias e os locais concedidos para os jazigos das famílias mais abastadas da região (LIMA Jr. s/d, p. 62).

Quando os primeiros cemitérios públicos foram inaugurados, as famílias herdaram os monumentos e os mobiliários fúnebres das igrejas, ornamentando as sepulturas com imagens sacras similares àquelas idolatradas no espaço religioso. Essa foi a maneira que a sociedade encontrou para ser compensada da proibição das inumações *ad sanctos*, conforme observou Maria Aparecida Rocha (2001, p. 89):

Nas sepulturas do cemitério haveria um certo sentido de compensação, que incorporaria aos túmulos imagens sacras similares àquelas idolatradas nas igrejas, daí a preferência por túmulos-capelas e outros ornamentos religiosos, usualmente encontrados no interior das igrejas.

Os túmulos construídos nos cemitérios públicos se tornam imitações reduzidas das capelas laterais das igrejas, contemplando ornamentos religiosos que fizessem referência aos objetos sacros encontrados no interior das igrejas. Esses túmulos eram marcados por manifestações figurativas de religiosidade, monumentalidade, domesticidade e humildade, cuja morfologia se caracterizava por altares, torres e obeliscos, cruzes, capelas, casas e, por último, o jardim (CYMBALISTA, 2002). E tinha como característica:

Uma pequena cella com um altar encimado por uma cruz, recoberto com uma toalha, candelabros e vasos de porcelana. Diante do altar, um ou dois genuflexórios; os nomes dos defuntos e os epítáfios estão nos muros interiores da cella, ela própria fechada por uma grade, originalmente envidraçada. A capela é, em geral, de estilo neogótico; no seu frontispício está inserida a expressão Família X (ARIÈS, 1990, p. 583-584).

Cymbalista (2002) explica que os locais de sepultamentos guardam uma proximidade tanto com a estrutura das organizações religiosas e sociais, quanto com a distribuição do poder, com os deveres e privilégios da gestão do espaço urbano. A arquitetura dos primeiros cemitérios públicos era explorada em toda a potencialidade, com o objetivo de:

Produzir a identificação e a diferença, seduzindo, intimidando, propondo novas e velhas maneiras de se representar a morte e os mortos. Cada túmulo assume características e identidade próprias – a mediação desejada e possível entre tantos elementos, entre os quais a riqueza disponível (ou a simulação dela), a importância

afetiva ou social do morto, o repertório formal e estilístico disponível localmente (ou a capacidade de buscá-lo mais longe), a escolha por materiais abundantes ou escassos, a necessidade ou vontade de evocar o espaço sagrado (ou de afastá-lo de vez) (CYMBALISTA, 2002, p. 72).

Nesse sentido, a arquitetura tumular também serviu como um meio que a sociedade encontrou para exercer a diferenciação, pois as famílias de maior poder aquisitivo econômico buscavam ostentar sua condição na construção de ornamentos em seus jazigos. Aliado a esse pressuposto, foi surgindo no século XIX o preceito da concessão perpétua nos cemitérios. A concessão de longa duração de um túmulo foi equiparada a uma propriedade e passou a ser transmitida pela hereditariedade, conforme mencionou Catroga (2002, p. 28):

Nos nossos cemitérios do século XIX, o mausoléu, o jazigo-capela, a concessão perpétua passaram a constituir bens imóveis, privados e transmissíveis por herança como quaisquer outros. Dir-se-ia que funcionava como uma espécie de prova última segundo a qual a eternização da memória do proprietário (logo, de toda a linhagem familiar) ficava dependente da capacidade que os seus descendentes teriam para perpetuar a totalidade do patrimônio (material e espiritual) herdado; em certo sentido, o cemitério passou a ser uma espécie de “familistério” para os mortos.

No cotidiano fúnebre do século XIX se tornou humilhante não possuir uma sepultura perpétua. Se o fato de não possuir uma sepultura já era algo totalmente inadmissível, não possuir uma concessão perpétua era algo totalmente vergonhoso, “ter uma concessão perpétua transformou-se em uma espécie de título de nobreza, frequentemente afixado sobre as sepulturas” (RODRIGUES, 2006b, p. 159).

Esses túmulos serviram para sepultar várias gerações de uma mesma família. Freyre (1998, p. LX) observou que os túmulos monumentais ou jazigos perpétuos representavam esforços no sentido de permanência ou sobrevivência da família, que se presumia eterna através de filhos, netos, descendentes e pessoas do mesmo nome. Motta (2008), em leitura sobre os significados das morfologias tumulares dos cemitérios oitocentistas no Brasil, observou que a presença dos túmulos monumentais demonstrava os esforços de continuidade da família mesmo depois da morte de algum de seus integrantes. A lógica dos sepultamentos, das inscrições tumulares e da morfologia tumular era orientada pelo princípio da filiação e da descendência:

Construído em torno de um nome, geralmente do pai, o túmulo de família inscreve o indivíduo num passado comum, unindo-o a uma cadeia de gerações. É por isso que o morto deve abdicar parte de sua individualidade para se agregar a um nome ou sobrenome: o da família. O que prevalece nesse tipo de construção é a idéia do todo sobre as partes, buscando fortalecer laços entre os membros da família e, por sua vez, despertando nos vivos o sentimento de uma identificação comum, freqüentemente relacionada a uma casa ou unidade residencial, mesmo que esta já não mais exista.

O que se vê nas versões mais elaboradas desses túmulos é o desejo de unidade e continuidade que se impõe face à segmentação e dispersão depois da morte, com isso, evitando que os sepultamentos fossem realizados separadamente. Neles não importa o indivíduo isolado do seu grupo de filiação, mas o sujeito social genérico, constituído a partir da referência a um antepassado ou herança comum à qual se liga através de relações com seus ascendentes e descendentes (MOTTA, 2008, p. 111).

Para se diferenciar e demonstrar a aquisição de uma propriedade cemiterial, o hábito de individualizar o local da sepultura ressurgiu no cotidiano fúnebre. A individualização das sepulturas era um rito comum na Antiguidade Ocidental, mas que desapareceu no século V, quando as sepulturas se tornaram anônimas. As inscrições tumulares só reapareceram no século XII, através de pequenas placas de vinte a quarenta centímetros, com inscrições em latim que traziam informações como “aqui jaz tal pessoa”, “morta em ‘x’ data”, “com ‘y’ função”. Estas placas se tornaram bem mais frequentes dos séculos XVI ao XVIII, traduzindo a vontade de individualizar o local da sepultura e perpetuar a lembrança do defunto (ARIÈS, 2000). A aversão em deixar os túmulos anônimos e invisíveis demonstra o desejo de saber o destino exato do morto e a necessidade de conservar a identidade da pessoa mesmo após a sua morte, “o cemitério burguês levou às últimas consequências um desejo de sobrevivência individualizada” (CATROGA, 2002, p. 18).

Num movimento avesso aos sepultamentos nas igrejas, onde tudo era feito pela alma e nada era feito aos corpos e aos túmulos, os cadáveres necessitam ser individualizados, pois não se tolera mais o anonimato. Os mortos se individualizam. É a ideia de “pessoa”, a ideia do “eu” (MAUSS, 2003, p. 369). O século XIX entendeu muito bem a noção de pessoa através da premissa de que “a perpetuidade das coisas e das almas só é garantida pela perpetuidade dos nomes dos indivíduos, das pessoas” (MAUSS, 2003, p. 377).

Durante a primeira metade do século XIX era comum que os túmulos fossem marcados por epítáfios (fases escritas nos túmulos) longos e pessoais. Na verdade os primeiros epítáfios são verificados já no período medieval e manifestam a necessidade de afirmar a identidade das sepulturas. Os mais antigos epítáfios se reduzem apenas a curtas declarações da identificação do defunto ou a palavras de elogios. Até o século XIV os epítáfios eram compostos de duas partes: uma que identificava o morto através de seu nome, função, elogio e data de morte; e a segunda parte dedicava uma oração a Deus pela alma do defunto. A partir do século XIV se junta a essa epígrafe a indicação da idade do defunto. Do século XV em diante, os epítáfios se tornaram verdadeiras declarações familiares, compostos por: ficha de identidade, interpelação do passante, fórmula piedosa e inclusão da família (ARIÈS, 2000, p. 262).

Para Urbain (1989), os epitáfios desempenhavam múltiplos papéis: escrever e ler. A escritura funerária não indicava apenas o sinal do lugar de uma inumação, já que o texto que se encontra gravado nas sepulturas tinha também a função de celebrar um defunto contanto toda a sua vida:

Ecrire est une pratique mémoriale, embaumante, qui fixe, qui immobilise, qui retient, qui conserve. Par l'écriture, le monument, qu'il soit de granit, de bronze ou de bois, devient manifestement un document, une archive, une *mémorisation* matérielle indefinie de la vie (URBAIN, 1989, p. 195-196, grifo do autor).

Do século XV ao XVII a redação dos epitáfios era encomendada pela pessoa ainda em vida, através do testamento. Do século XVII em diante, era a família que se encarregava de redigi-lo, e as inscrições eram compostas de duas partes: a primeira trazia uma nota biográfica da pessoa sepultada, com elogios e relatos de suas realizações; a segunda parte era dedicada ao sobrevivente que inspirou o epitáfio. As inscrições, além de elogiarem o morto, também eram utilizadas para expressar o lamento e a tristeza dos viventes (ARIÈS, 2000).

Motta (2008) observou que o início do século XX no Brasil foi marcado por uma fase de transição dos túmulos familiares para os túmulos individuais, quando a epigrafia tumular passou a cumprir a função de memorializar as competências profissionais dos indivíduos. O indivíduo e a história de suas ações trabalhistas passaram a ser mais valorizados, predominando a “prefixação do título honorífico representado sempre por meio de uma referência individual da qual deveriam se beneficiar seus descendentes” (MOTTA, 2008, p. 94). Foi nesse período que surgiram os primeiros túmulos desvinculados da genealogia familiar, e as lógicas dos rituais funerários passaram a ser organizadas em torno do indivíduo, valorizando todos os atributos da pessoa morta:

Em última instância, o grupo de filiação, a posição social ocupada pela família e uma memória genealógica que se queria preservar comum deixavam de ser o alvo perseguido para que o foco pudesse ser direcionado à pessoa do morto. Na verdade, era o indivíduo que se pretendia original, cujo mérito próprio poderia ser revelado através de um valor moral, espiritual ou profissional, motivado quase sempre por razões afetivas e que deveria, antes de tudo, tornar-se o atributo maior de reverência e de recordação (MOTTA, 2008, p. 150).

Seja representando a genealogia familiar ou a ideia de pessoa, os túmulos foram marcados pela monumentalidade. Os túmulos monumentais asseguravam a imortalização da morte e da pessoa morta. *Monumentum* é uma palavra latina que deriva da raiz européia *men*, utilizada para exprimir as funções nucleares do espírito, a memória. Então, “monumento” é tudo que evoca um passado, uma recordação (CATROGA, 2002, p. 20-21). Dessa forma, o cemitério monumental é um “lugar de memória”. Nele se convoca o “invisível” através do “visível”, já que os túmulos são percebidos como “uma totalidade significante que articula

dois níveis bem diferenciados: ‘o invisível’ (situado debaixo da terra) e o ‘visível’, o que faz com que (...) o túmulo seja um monumento colocado entre os limites de dois mundos” (CATROGA, 2002, p. 17). Essa arquitetura tumular passou a ter uma grande importância para a sociedade do passado:

O túmulo visível deve ao mesmo tempo dizer onde está o corpo, a quem pertence e, finalmente, lembrar a imagem física do defunto, sinal de sua personalidade. Se o túmulo designava o local necessariamente exato do culto funerário, é porque tinha também por fim transmitir às gerações seguintes a recordação do defunto. De onde o seu nome de *monumentum*, de *memória*: o túmulo é um memorial. A sobrevivência do morto não devia ser garantida apenas no plano escatológico por meio de oferendas ou sacrifícios; dependia também da fama que mantinha na terra, quer os túmulos com os seus *signa*, e as suas inscrições, quer os elogios dos escritores (ARIÈS, 2000, p. 239, grifo do autor).

Os monumentos têm dois objetivos: um tradicional – ensinar a morrer – e um didático – “um pedido ao passante para não mais rezar a Deus por aqueles mortos, mas chorá-los e, o que é completamente novo: a visita ao cemitério” (ARIÈS, 2003, p. 527). Nesse sentido, o culto à memória da pessoa morta também significou o culto moderno aos cemitérios. A ideia era que os cemitérios deveriam ser visitados, já que eram percebidos como um museu de belas-artes, como um imenso jardim com monumentos. O cemitério parisiense *Père-Lachaise*, inaugurado em 21 de maio de 1804, é um modelo desse tipo de arquitetura cemiterial, onde a natureza recuou diante da arte e os túmulos se dissolveram na paisagem ao ponto de se confundir com essa, conforme é descrito na visita virtual à website do *Père-Lachaise*:

Le Cimetière du Père-Lachaise :
lieu de mémoires...

Ce site Internet, comme tout cimetière, peut se définir par les relations qu'il établit entre les vivants et les morts. Se rendre au Père-Lachaise, c'est faire un voyage dans un monde étrange et fascinant où l'art et la nature s'unissent pour créer une harmonie qui apaise et invite au recueillement, à la méditation, à la rêverie...

La science est impuissante face à la mort.

Seuls l'art et les rêves nous offrent une consolation.

L'ampleur du cadre du Père-Lachaise, la poésie qui en émane, l'univers d'arbres et de pierres mêlés, les tombes multiformes enchâssées dans la verdure, l'infinie diversité des tombeaux font que le décor est unique.

La poésie prend vie dans les régions les plus mystérieuses du langage, elle a pour mission de suggérer l'indicible...

Chaque rêve est nouveau, unique et inconnu. Chaque parcours, chaque promenade (virtuelle) vous transportera d'une tombe à l'autre, au gré de votre sensibilité, dans ce lieu insolite et unique, sans doute le dernier endroit le plus romantique de Paris (Disponível em: <<http://www.pere-lachaise.com>>. Acesso em : 05 abr. 2008).

Mas, no século XX, uma nova arquitetura funerária se destacou: os cemitérios ajardinados ou *lawn-cemetery*, ou seja, grandes gramados, onde a arte pede que a natureza lhe tome o lugar (ARIÈS, 1990, p. 582).

2.2. Os sepultamentos nos parques

O século XX traz uma nova arquitetura fúnebre surgida com os *rural-cemetery* e com os *lawn-cemetery*, de origem anglo-americana e alemã. O primeiro *rural-cemetery* norte-americano foi o *Mount Auburn Cemetery*, localizado em Cambridge, Massachusetts. Criado em 1835, previa uma relação entre natureza e monumento, entre natureza e arte, inaugurando um novo conceito da estética paisagística cemiterial, que deu origem ao “rural cemetery movement and the tradition of garden cemeteries” (Disponível em: <http://www.mountauburn.org/national_landmark/architecture.cfm>. Acesso em: 05 abr. 2008), onde os túmulos passaram a ser esculpidos com personagens realistas e se dissolveram na paisagem ao ponto de se confundir com essa, conforme é descrito na website do *Mount Auburn Cemetery*:

Sculpture

Mount Auburn Cemetery contains an exceptional and diverse collection of 19th, 20th and 21st-century monuments. Over 30,000 monuments and associated structures provide a unique overlay to the Cemetery's horticultural landscape. The Cemetery includes important examples of works by the first generation of American sculptors. Before public art museums, visitors came to the Mount Auburn to view the art of the sculptor and monument carver. Popular monument styles include Neoclassical, Gothic and Egyptian forms and motifs. Marble, granite and brownstone monuments and gravestones are balanced by their natural settings and contribute to the site as a whole, establishing its historical significance. The cultural landscape also contains a rich variety of vernacular memorial art, including iron fences, granite curbing and mausolea of a wide range of styles, with particular strength in the mid-19th century.

Original Landscape Design

Mount Auburn has been recognized as one of the most significant designed landscapes in the United States. The original landscape was a beautiful mature woodland. General Henry A. S. Dearborn, President of the Massachusetts Horticultural Society, took primary responsibility for laying out the new cemetery in 1831 and 1832. With the assistance of a young civil engineer and surveyor, Alexander Wadsworth, and a committee of well-educated Bostonians, Dearborn laid out Mount Auburn's grounds following the natural features of the land. Inspired by Père Lachaise Cemetery, founded in 1804 outside Paris, and design ideas from English picturesque gardens, this group of knowledgeable and gifted amateurs (working 25 years before the famous Frederick Law Olmsted began his landscape design career) created a new American landscape, the “rural cemetery” (Disponível em: <http://www.mountauburn.org/national_landmark/architecture.cfm>. Acesso em: 05 abr. 2008).

Os *lawn-cemetery* ou *garden-cemetery* compreendem grandes gramados onde a natureza tomou o lugar antes reservado às arquiteturas artísticas dos cemitérios monumentais (ARIÈS, 1990, p. 582). A proposta é fazer com que os cemitérios se pareçam com imensos jardins. Os túmulos, que se confundiam com a grama, foram reduzidos a pequenas placas

funerárias em pedra ou em bronze para indicar o local exato da sepultura. Na Alemanha o mais antigo cemitério ajardinado foi inaugurado no ano de 1877: o *Ohlsdorf Cemetery* está localizado na cidade de Hamburg e realiza cerca de sete mil funerais por ano. Desde a sua inauguração, acomoda um milhão e quatrocentas mil sepulturas, num terreno com dezessete quilômetros de rede rodoviária, contendo atualmente doze capelas, três locais para realização das cerimônias e trezentos empregados²¹.

Essa concepção cemiterial indica uma *esthétique de la disparition* (URBAIN, 1989, p. 140), cuja característica é a *dissimulation des signes de la mort* (URBAIN, 1989, p. 139), observada também na arquitetura e na morfologia cemiterial, já que a ideia é fazer com que esses cemitérios se pareçam com parques ou edifícios – eles se travestem de lugares da vida com a finalidade de *ne fait pas cimetières* (URBAIN, 1989, p. 145). Esses cemitérios dificilmente serão identificados como locais fúnebres. Neles, qualquer coisa que possa lembrar a conexão entre sepultura e morte é evitada. Essa neutralização da associação dos cemitérios com a morte é adotada para proteger a sociedade da lembrança de morte e de tudo relativo a ela (ELIAS, 2001, p. 39). Nos cemitérios ajardinados a lógica é se parecer com centros verdes ou parques planejados dentro das cidades, fazendo com que os visitantes quase nunca reconheçam o cemitério como um espaço fúnebre, mas como um parque ou como um local que transmite “uma sensação de tranquilidade”, conforme o relato da Executiva de Vendas do Grupo Parque das Flores, que oferece serviços e produtos fúnebres:

Você não tem receio em pisar, em passear, eu tenho isso aqui como um jardim, inclusive quando eu estou psicologicamente... quando eu não estou muito bem psicologicamente, eu costumo ir fazer uma caminhada, refletir um pouquinho sobre a minha vida e isso sempre dá certo, porque o [cemitério] Parque das Flores me transmite muita coisa boa, muita paz, muito sossego.

(Entrevista com Tulipa, realizada em 04 de abril de 2008).

A estética paisagística dos cemitérios estilos parques também serve para encobrir sentimentos, pois “no parque não há nada que lembre sofrimento”²². No contexto ocidental as pessoas são encorajadas a controlar e suprimir suas emoções (JAGGAR, 1997, p. 168), e os *garden-cemetery* contribuem para essa lógica por serem concebidos e percebidos como local que “alivia um pouco a dor da perda”²³, conforme o relato do Mestre de Cerimônias que exerce sua profissão no Campo Santo Parque das Flores:

Quando você é tratado bem, apesar da perda, você alivia um pouco a dor, né? Até você tá num lugar assim que nem o [cemitério] Parque das Flores, que você vê que,

²¹ Disponível em: <http://www.ohlsdorf-photos.de/Inf_Frz.htm>. Acesso em: 05 abr. 2008.

²² Resposta de uma consumidora de jazigo do Cemitério Parque das Flores, ao ser perguntada sobre o que sentia quando estava no cemitério (Entrevista com Hortência, realizada em 10 de junho de 2008).

²³ Idem.

quando você olha assim parece que é um jardim, alivia um bocado, do que você ir para um cemitério público com um monte de catacumba, desorganização. Eu acho que a dor é maior. Eu tiro isso porque eu já fui para um sepultamento assim. Pôxa, a dor é maior, não tem pra onde, lá mesmo [no cemitério público de arquitetura monumental] é na terra, você ver aquela zoada [da terra batendo no tampo do caixão]. Quando eu fui para um sepultamento de um irmão de uma ex-namorada minha que se matou, quando a gente foi entrando que ela viu aquele [cemitério público de arquitetura monumental], ela entrou em desespero. Não é brincadeira não. Aquele negócio, até eu notei, eu disse: "Rapaz o desespero realmente aqui é demais". Porque aqui [no cemitério estilo parque, o cemitério Parque das Flores] ainda dá pra você, você chega ali, bota [o morto] na capela, começa a conversar um com o outro, [bebe] um cafezinho, aquele vento, você olha, só vê o jardim, você não vê aquele mausoléu, aquelas coisas, ai dá pra amenizar um pouco. Eu mesmo imagino que sim, viu?

(Entrevista com Monsenhor, realizada em 17 de março de 2008)

No pressuposto da ocultação, o cemitério ajardinado passou a ser um “lugar para meditar”²⁴, um “parque verde, de reflexão e celebração dos grandes momentos da vida e suas mais singelas recordações”²⁵, ou um “verdadeiro parque, onde a valorização da natureza está em primeiro plano e com total integração de vários elementos”²⁶, conforme demonstrado num dos panfletos de divulgação do Campo Santo Parque das Flores:

Mais que um cemitério. Uma usina de recordação. O Campo Santo Parque das Flores é considerado um novo paradigma na relação de discussão da vida e do pós-vida, um vetor filosófico e uma alavanca prática para pensarmos sobre nossa existência. (Um lugar para meditar)²⁷.

Se a *esthétique de la disparition* dos cemitérios parques demonstra uma necessidade de dissimular os signos da morte, por outro lado, a concepção ideológica desses cemitérios demonstra que morte não deve desaparecer por completo da paisagem urbana, fazendo com que haja uma conciliação entre as tradições de morte com as interdições da vida. Nesse sentido, os cemitérios ajardinados passam a ser:

Local pacífico e poético em que os mortos são depositados e onde são visitados: o belo parque onde as pessoas passeiam e se comunicam com a natureza. Além disso, far-se-á dele um lugar de vida, um teatro de atividades diversas, ao mesmo tempo museu, centro comercial de arte e de objetos de lembrança, local de celebrações serenas e alegres, batismos e casamentos (ARIÈS, 2000, p. 654).

Os pressupostos da estética cemiterial dos *lawn-cemetery* ou dos *garden-cemetery* se baseiam na eliminação dos traços da morte, ao mesmo tempo em que se propõe reter e manter a morte num lugar visível. Portanto, a morte não desaparece por completo da paisagem urbana, caso contrário os cemitérios e os rituais funerários deixariam de cumprir seus papéis, conforme demonstrado num artigo divulgado no boletim informativo *InFamília* do Campo

²⁴ Folder do Campo Santo Parque das Flores.

²⁵ Idem.

²⁶ Idem.

²⁷ Idem.

Santo Parque das Flores, em novembro de 2006, que propõe refletir sobre a importância do cemitério no ritual fúnebre e, assim, divulgar a necrópole como um parque memorial e como uma usina de recordações:

Qual é o papel do cemitério e do funeral no processo de luto?

O Cemitério e toda sua equipe têm um importante papel no processo de luto. Muito mais do que guardar mortos, o cemitério guarda maridos amados, filhos queridos, mães fortes, amigos fiéis, namorados apaixonados, guarda as histórias vividas por aquelas pessoas enterradas. É um lugar que, embora seja marcado pela tristeza, guarda lembranças de momentos felizes. Daí a importância deste espaço para milhares de pessoas. A cerimônia do funeral sempre foi um ritual idealizado pelos homens para marcar a passagem da vida para a morte.

Desde a pré-história, nossos ancestrais da caverna se preocupam com as questões relativas ao funeral. Temos registros de que o homem mais primitivo já sepultava os seus mortos e realizava celebrações com flores, alimentos e outros utensílios.

É bom lembrarmos que funeral significa cerimônia de enterro, pompas fúnebres, prestígio fúnebre. Assim como uma cerimônia de casamento possui um ritual de celebração com trocas de alianças, que marca simbolicamente a condição de solteiro para a nova condição de casado, o funeral também possui rituais de celebração.

As cerimônias e os rituais do velório e sepultamento, mesmo sofrendo variações de cultura, religião ou costume familiares, são uma maneira de compartilhar a passagem da vida para a morte, de socializar a dor e iniciar um longo e doloroso processo de desvinculação para os familiares – conhecido como luto. Neste sentido, é o funeral que dispara o início deste processo, marcando concretamente esses acontecimentos, além de propiciar oportunidade para as últimas homenagens ao morto. É comum que morte sem corpo ou sem ritual de sepultamento, seja motivo de muitos complicadores emocionais para os familiares, o que nos confirma a importância do funeral. De certa forma, podemos dizer que ao mesmo tempo em que os rituais fúnebres aproximam a família da dor da perda, eles também proporcionam uma segurança psicológica aos enlutados, na medida em que dão um direcionamento ao processo de luto, validando locais e momentos para a dor e o pesar.

Durante o funeral, podemos ver uma socialização do processo de luto onde, por meio de histórias contadas pelos familiares e amigos, ao redor do caixão, a vida de quem está partindo é reconstruída, para poder dar início ao enfrentamento do período de sofrimento daqueles que ficaram. A chegada dos parentes e amigos, os abraços e manifestações públicas de apoio também são de grande importância para o enlutado, que se sente desamparado nesta hora.

(*InFamília*, Informativo do Grupo Parque das Flores, ano IV n. 03, novembro de 2006).

Nos cemitérios ajardinados uma nova forma de representar e memorializar os mortos se impõe. Os sepultamentos nos grandes gramados são identificados apenas por simples e pequenas lápides, que trazem o nome completo do morto, a data de nascimento, a data de falecimento e a indicação do local da sepultura.

Sendo os cemitérios parques concebidos como uma paisagem natural, não é permitido erger qualquer tipo de monumento, exceto as lápides padronizadas. Entretanto, o desejo de individualizar os mortos faz com que seja possível acrescentar ao local da sepultura alguns sinal ou símbolo que permita relacioná-lo à identidade da pessoa morta, tal como: fotografias, adesivos, flores, mensagens, objetos, etc.



Fotografia 1: Lápide no Campo Santo Parque das Flores.

Atualmente, nos cemitérios ajardinados só há vestígios, fendas e fragmentos textuais da escrita funerária, se comparada à escrita dos séculos anteriores. Para Urbain (1989, p.235-239), essa minimalização dos textos funerários representa a desintegração de uma tradição, mas não o fim de uma linguagem. Para compreender estes textos funerários contemporâneos, epitáfios ou dedicatórias, é necessário compreender o gesto que está presente na escrita curta, onde a morte é evocada minimamente, mas o morto é evocado intensamente. Esta escrita funerária, mesmo curta, tem um valor simbólico, representa uma forma encontrada para expressar sentimentos, para reter a memória da pessoa morta e para fazer com que o morto esteja sempre presente.



Fotografia 2: Lápide com mensagens no Campo Santo Parque das Flores²⁸



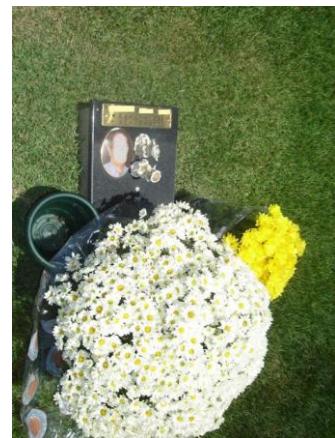
Fotografia 3: Lápide com mensagens no Campo Santo Parque das Flores²⁹

²⁸ Lápide de uma jovem, no Cemitério Parque das Flores de Maceió. Abaixo da identificação do jazigo encontra-se uma fotografia da pessoa morta, com uma mensagem certamente do esposo da pessoa falecida, expressando sentimento da perda, do amor à esposa, e a saudade: “Meu amor, a tua pureza interior sempre te fez muito linda. Te amo. (nome do esposo)”.

²⁹ Lápide de uma garota falecida aos 17 anos de idade, no Cemitério Parque das Flores de Maceió. Abaixo da identificação do jazigo, encontra-se uma fotografia da pessoa morta com uma mensagem deixada pela família, contendo: “Deus é a energia que habita dentro de você dando-lhe vida e força. Confie nesta força inesgotável que está dentro de você. Mantenha sua mente ligada a ela, e não mais se lamente do que lhe desagrada ou faz sofrer.”



Fotografia 4: Lápide com objetos no Campo Santo Parque das Flores³⁰

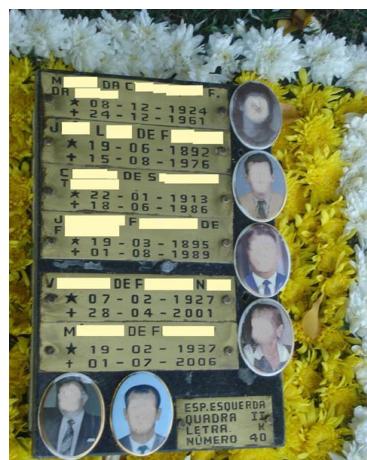


Fotografia 5: Lápide com objetos no Campo Santo Parque das Flores³¹

Outra maneira encontrada para identificar e lembrar o morto é inserir uma fotografia nas lápides. É o desejo da imortalização de uma imagem. A representação da imagem dos mortos surgiu no Ocidente por volta do século XII, através da prática das máscaras mortuárias moldadas sobre o rosto da pessoa morta de forma que a representação fosse semelhante ao retrato do defunto. Estas máscaras mortuárias tinham a finalidade de obter uma reprodução instantânea e o mais realista possível, mesmo que através de um cadáver (ARIÈS, 2000, p. 302-309). O objetivo das máscaras mortuárias era de representar e lembrar o morto ou o cadáver. Já o objetivo da fotografia também é conservar uma imagem da pessoa morta, mas lembrando-a como se ainda estivesse viva.



Fotografias 6 e 7: Lápides no Cemitério Parque das Flores em Maceió com fotografias das pessoas sepultadas.

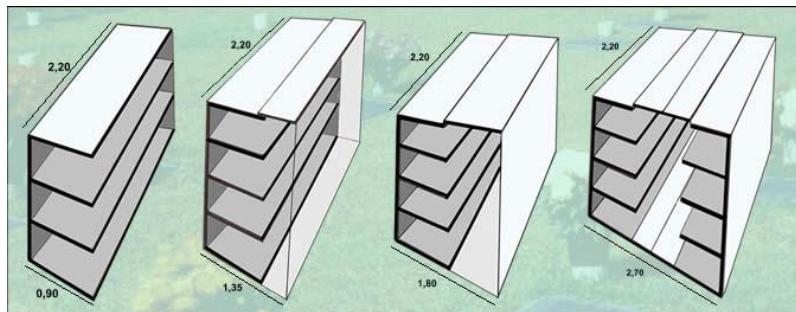


Sorria diante das dificuldades e confie n'Aquele que o fortalece e vivifica. “Nada temas, pois eu te resgato, eu te chamo pelo nome: és meu (Isaías, 43,1)“.

³⁰ Lápide de uma criança falecida aos três anos de idade, no Cemitério Parque das Flores de Maceió. Abaixo da lápide é possível notar alguns bonecos de porcelana, certamente colocados pela família.

³¹ Lápide de um senhor falecido aos setenta e três anos de idade, no Cemitério Parque das Flores de Maceió. Abaixo da placa de bronze que identifica o jazigo, nota-se uma fotografia da pessoa falecida e ao lado alguns bonecos de porcelana, certamente colocados pela família.

Nos cemitérios parques também não é permitido construir mausoléus ou outras construções similares acima do nível do solo. As sepulturas devem ser cavadas diretamente sob a grama. Estas sepulturas, denominadas de jazigos,³² também são conhecidos por “lote”, “terreno” ou “área” e são compostas de gavetas empilhadas.



Fotografia 8: Tipos de jazigos. Imagem retirada da *website* do cemitério parque Vale dos Pinhais. Disponível em: <<http://www.valedospinheirais.com.br/jazigos.htm>>. Acesso em: 24 abr. 2008.

Os jazigos que nunca foram utilizados são conhecidos por “jazigos virgens”, ou seja, jazigos que ainda não foram cavados. Quando ocorre um sepultamento e é necessário utilizá-lo, a área é cavada, medindo normalmente dois metros e vinte centímetros de comprimento, noventa centímetros de largura e um metro e sessenta centímetros de profundidade. Depois da área cavada, são inseridas quatro placas de concreto armado³³: duas na lateral, medindo dois metros e vinte centímetros de comprimento e um metro e sessenta centímetros de profundidade, com uma divisória ao centro e duas menores, medindo noventa centímetros de comprimento e um metro e sessenta centímetros de profundidade. As laterais de cada placa de concreto são amarradas com um fio de aço. Depois desse processo, é inserido um saco de óxido de cal e o jazigo passa a receber o nome de “jazigo preparado”, já que se encontra totalmente preparado para receber um sepultamento³⁴.

³² Compreende-se por “jazigo” o local onde foram realizados um ou mais sepultamentos primários, ou seja, onde foram dispostos corpos articulados de um ou mais indivíduos, em posição distendida, normalmente em caixões.

³³ O concreto armado é um material utilizado na construção civil e tornou-se um dos mais importantes elementos da arquitetura do século XX. É composto por concreto com barras de aço imersas, sendo diferenciado do concreto (ou betão) devido ao fato de receber uma armadura metálica responsável por resistir aos esforços de tração, enquanto que o concreto em si resiste à compressão.

³⁴ As categorias de jazigos virgens e jazigos preparados são utilizadas no cotidiano dos jardineiros (coveiros) do Campo Santo Parque das Flores. Essas informações foram obtidas no trabalho de campo, através de conversas informais.



Fotografias 9 a 13: Cavando o jazigo no Campo Santo Parque das Flores em Maceió³⁵

³⁵ Na primeira fotografia o jardineiro (coveiro) do Campo Santo Parque das Flores cava um jazigo virgem. Depois de cavado os jardineiros (coveiros) colocacam as placas laterais do jazigo, em seguida a amarração das placas. As últimas fotografias mostram o jazigo virgem em fase de finalização, uma sem óxido de cal e a outra com óxido de cal.

A composição dos sepultamentos nos cemitérios ajardinados permite compreender os novos arranjos familiares da contemporaneidade, já que nesses cemitérios não existe a presença de túmulos monumentais que invoquem a necessidade de agregação familiar, tampouco a presença de túmulos personalizados que evoquem a memória e identidade de um único indivíduo. Os jazigos nos cemitérios ajardinados são divididos em gavetas, criadas para abrigar apenas um único sepultamento num período de, pelo menos, três anos, que corresponde ao período em que ocorre o processo de decomposição do corpo. Após esse tempo os ossos são retirados e colocados em pequenos sacos, que são depositados em pequenas caixas. Isso demonstra uma nova dinâmica sociocultural, que deve ser analisada à luz da rapidez das mudanças das relações familiares nas últimas décadas, que instituíram novos padrões de comportamentos e fizeram com que a família fosse percebida não mais como uma totalidade homogênea, mas como um universo de relações diferenciadas (SARTI, 2000. In: CARVALHO, 2000).

Nas duas últimas décadas do século XX ocorreu uma modificação na estrutura familiar brasileira, em que se configura uma instabilidade dos vínculos conjugais e o surgimento de arranjos familiares alternativos: mães solteiras, “não famílias” (unidades familiares pessoais), famílias mosaicos, famílias homossexuais, etc. Todos esses novos estilos de arranjos familiares devem ser levados em consideração quando se analisam os enterramentos nos jazigos dos cemitérios ajardinados e os rituais fúnebres na contemporaneidade.

As mudanças ocorridas nas relações familiares são concebidas como parte de um projeto em que a individualidade vem adquirindo uma maior importância social. Goldani (1993, p. 43) observou que:

Nas sociedades tradicionais, ao contrário das sociedades modernas, onde a dimensão da individualidade é valorizada, os papéis familiares não são conflitivos, porque estão predeterminados. A partir do momento em que existe espaço social para o desenvolvimento desta dimensão individual, os papéis familiares se tornam conflitivos na sua forma tradicional, embora a vida familiar continue tendo o mesmo valor social que sempre teve. O problema da nossa época é, então, o de compatibilizar a individualidade e a reciprocidade familiares. As pessoas querem aprender, ao mesmo tempo, a serem sós e a “serem juntas”. Para isso, têm que enfrentar a questão de que, ao se abrir espaço para a individualidade, necessariamente se insinua uma ou outra concepção das relações familiares.

Nesse contexto, os padrões de comportamentos familiares não estão tão claramente estabelecidos, são passíveis de serem negociados, possibilitando cada vez mais o exercício de uma individualidade em detrimento de uma familiaridade. Essa situação se reflete na concepção fúnebre da atualidade, em que é o indivíduo, e não mais a família, que detém o

poder de nomear os *insiders* e os *outsiders*, definindo, inclusive, quem será enterrado na sepultura de sua propriedade, pois os jazigos nos cemitérios parques são de propriedade de um único indivíduo, e apenas esse pode permitir o sepultamento de qualquer pessoa, seja ela pertencente ou não à sua descendência ou ascendência. Nesse contexto, até os desentendimentos familiares vivenciados em vida são, muitas vezes, estendidos para o momento da morte³⁶, conforme o relato de uma senhora que havia cedido seu jazigo para enterrar um familiar (o tio), mas depois se arrependeu e comentou com uma das funcionárias do cemitério Parque das Flores, onde havia adquirido o jazigo: “Olhe, qualquer dia, pode escrever aí viu, eu vou tirar aquele cabra safado lá de dentro, vou jogar aí os ossos dele”³⁷.

2.3. Modernização dos espaços tanáticos

Atualmente os cemitérios parques compreendem complexos funerários completos, pois, além dos espaços destinados aos jazigos, possuem capelas velatórias, lanchonetes, floriculturas, funerárias, salas de descanso, etc. Esses complexos funerários reúnem todos os espaços tanáticos em um só lugar e todo o serviço fúnebre é realizado em um único local, conforme observou Thomas (1991, p. 132):

A los muertos ya no se los vela en su domicilio, y los cortejos fúnebres no atraviesan nuestras ciudades atestadas. Aparecen en cambio nuevos lugares, en especial los complejos funerarios que reúnen todos los espacios tanáticos. Hay en ellos una sala de recepción, una “capilla” para todos los cultos, un *funerarium* donde los cadáveres son tratados, conservados en cámaras frías y expuestos en salones particulares, un crematorio, un cementerio clásico, un columbario y un campo del recuerdo donde esparcir las cenizas; también negocios donde se venden ataúdes y diversos artículos funerarios, una florería, y eventualmente un bar y un restaurante (grifo do autor).

³⁶ No cotidiano dos cemitérios parques ocorrem várias situações em que os sepultamentos são marcados por desentendimentos familiares. Os relatos dos funcionários do Campo Santo Parque das Flores permitem exemplificar alguns casos: um irmão que ameaçou espancar a irmã na hora do sepultamento da mãe e teve que ser contido pelos seguranças da necrópole; um jovem alcoolizado gritava e cantava um hino de um clube de futebol no sepultamento de sua mãe, sendo observado por seus irmãos com desprezo; a amante do morto apareceu no velório, sendo recepcionada com agressões por parte da esposa do falecido. Outras situações mais corriqueiras estão relacionadas aos vários tipos de uniões familiares: em velórios e/ou sepultamentos de um morto que tenha sido casado por mais de uma vez, é comum que uma das famílias demonstre indiferença em relação à outra. Já ocorreu, por exemplo, de haver sepultamentos em que uma das famílias do morto só soube do seu falecimento no dia posterior ao enterro (Relatos concedidos em entrevistas gravadas com os funcionários do cemitério Parque das Flores).

³⁷ Relato descrito pela Executiva de Vendas do Campo Santo Parque das Flores quando interrogada se havia presenciado algum desentendimento familiar no local de trabalho (Entrevista com Orquídea, realizada em 05 de março de 2008).

No Brasil existem cerca de duzentos e dez cemitérios parques cadastrados pelo Sindicato dos Cemitérios Particulares do Brasil (SINCEP) e pela Associação de Cemitérios do Brasil (ACEMBRA). Mas, segundo estimativas do SINCEP existem seiscentos cemitérios e crematórios particulares no país, que, juntos, movimentam anualmente cerca de sete bilhões de reais.

A ACEMBRA é uma associação que congrega os cemitérios jardins-parques para promover o intercâmbio e aproveitamento mútuo de novas ideias e conceitos entre os cemitérios. É uma instituição criada exclusivamente para unificar, fortalecer e fomentar esses tipos de cemitérios em todo o Brasil. Ela advoga, orienta, defende e ajuda os cemitérios jardins-parques no que tange a problemas de legislação específica, procura manter ainda contatos com todas as associações de cemitérios jardins-parques no Brasil e no mundo, com o objetivo de aprimorar os empreendimentos. A ACEMBRA promove ainda congressos, cursos, seminários e conferências para discutir questões de interesse da entidade e seus associados³⁸.

O SINCEP é uma associação surgida em junho de 1999 para representar a atividade econômica dos cemitérios e crematórios particulares do Brasil (com exceção dos Estados do Rio de Janeiro, Paraná e Santa Catarina), com a finalidade de atuar na defesa dos interesses dos associados, subsidiando-os e apoiando-os nas atividades administrativas e jurídicas. O SINCEP promove ainda dois eventos: o Encontro Nacional dos Administradores de Cemitérios e Crematórios, onde são debatidas questões administrativas e operacionais, além de troca de experiências entre os participantes; e o Encontro Nacional dos Cemitérios e Crematórios, onde são apresentadas palestras enfocando diversos assuntos, tais como economia, meio ambiente, estratégia, planejamento, gestão empresarial e tributos. O SINCEP oferece, desde 2007, atividades no centro de capacitação, objetivando oferecer capacitação especializada e contínua para profissionais que atuam em cemitérios e crematórios, para garantir a profissionalização do setor e uma atuação prática, visando a uma melhor prestação de serviços aos clientes³⁹.

O SINCEP e a ACEMBRA criaram o Plano Nacional de Qualidade (PNQ), objetivando promover entre os associados a conscientização para a qualidade, a produtividade e a troca de informações sobre as práticas modernas da gestão das empresas que atuam no ramo de cemitério e crematório. Os empreendimentos que desejam obter o selo de participação e certificação do PNQ SINCEP/ACEMBRA devem realizar a inscrição

³⁸ Informações na website da Associação de Cemitérios do Brasil (ACEMBRA). Disponível em: <<http://www.sincep.com.br/?Acembra>>. Acesso em: 28 abr. 2008.

³⁹ Informações sobre o Sindicato dos Cemitérios Particulares do Brasil (SINCEP) na website. Disponível em: <<http://www.sincep.com.br/?Sincep>>. Acesso em: 28 abr. 2008.

preenchendo um formulário que é remetido à Comissão Nacional de Auto-Regulamentação, que enviará um grupo auditor para avaliar o empreendimento.

Os critérios de avaliação são desenvolvidos observando os fundamentos de qualidade, meio ambiente, saúde, segurança e responsabilidade social, sendo analisados mais de vinte aspectos que correspondam aos critérios de conformidade legal e comprometimento (autorização de funcionamento pela prefeitura, código de ética, habilitação junto ao corpo de bombeiros); foco no cliente e relacionamento (administração com local para atendimento aos clientes, serviço de atendimento vinte e quatro horas, sistema de tratamento de reclamação e sugestão); gestão dos processos e prestação dos serviços (salas de velório, serviço de apoio ao sepultamento, rastreabilidade de sepultamento, exumação e traslado); meio ambiente; saúde; segurança (equipamentos de proteção individual, extintores de combate a incêndio, luzes de emergência); gestão da infraestrutura (plano de manutenção e conservação das instalações). As questões avaliadas vão desde a acessibilidade para portadores de deficiência física, conforto de salas de velórios, condição dos sanitários, estacionamento, até os uniformes de trabalho dos funcionários dos cemitérios e crematórios⁴⁰.

O Cemitério Morada da Paz, administrado pelo Grupo Vila, localizado na cidade de Natal, no Estado do Rio Grande do Norte, é um dos exemplos ilustrativos desses “complexos funerários completos”. Criado no ano de 1993, é composto por seis capelas ecumênicas, uma capela do Santíssimo, uma sala *vip*, salas de repouso, estacionamento, uma galeria e ateliê de arte, lanchonete, cafeteria e floricultura. Já o Cemitério Parque da Passagem, também administrado pelo Grupo Vila, na cidade de Natal, foi inaugurado em 1996 e possui uma estrutura com duas capelas ecumênicas, uma sala *vip*, salas de repouso, estacionamento e lanchonete. Em Recife, o Grupo Vila administra desde 2003 o cemitério Morada da Paz, que é composto por cinco capelas ecumênicas, salas de repouso, estacionamento, floricultura, lanchonete e cafeteria.

Outro empreendimento tanático completo é o Memorial da Necrópole Ecumênica, o mais alto cemitério vertical do mundo, localizado na cidade de Santos, no Estado de São Paulo, que começou a ser erguido em 1983 e hoje conta com mais de quatorze mil lóculos, distribuídos em quatorze andares, sendo que já está em construção um novo prédio de cento e oito metros de altura (o equivalente a uma edificação de quarenta andares), que permitirá o aumento da capacidade para vinte e cinco mil lóculos. O Memorial da Necrópole Ecumênica é composto por cinco prédios com uma moderna infraestrutura: áreas arborizadas, capelas

⁴⁰ Informações sobre o Plano Nacional de Qualidade (PNQ) do SINCEP/ACEMBRA na website. Disponível em: <<http://www.sincep.com.br/?PNQ>>. Acesso em: 28 abr. 2008.

ecumênicas, restaurante com cascata, lagoa artificial com carpas e tartarugas, viveiro com pavões e faisões e criadouro conservacionista instalado numa área de setenta e seis metros quadrados⁴¹.

Já o Campo Santo Parque das Flores, localizado na cidade de Maceió, no Estado de Alagoas, foi inaugurado em 14 de novembro de 1973 e está instalado num espaço de quinze hectares (150.000 m²) de área verde, com capacidade para abrigar quinze mil jazigos; possui capelas ecumênicas, floricultura, funerária, lanchonete e estacionamento.

Criado para solucionar um problema social – a falta de espaço nos cemitérios públicos da capital alagoana –, o Campo Santo Parque das Flores foi noticiado como “um dos mais ousados empreendimentos da engenharia alagoana”⁴² e como “uma obra corajosa”⁴³. Antes mesmo de sua inauguração, a imprensa anunciava-o com grande entusiasmo e expectativa:

Cemitério moderno poderá ser solução para falta de espaço.

O prefeito João Sampaio anunciou a construção de um cemitério particular muito semelhante aos que existem nos Estados Unidos – como solução para o grave problema da falta de espaço nos cemitérios públicos de Maceió. O “campo santo” seria localizado no Farol, não com características fúnebres, mas dotado de um aspecto urbanístico, semelhante a um jardim, que oferece uma sensação de paz e tranquilidade. O cemitério, idealizado pelo Grupo CIPAL, possui toda a área destinada aos sepulcros totalmente gramada com um serviço de irrigação destinado a permitir a vida da grama continuamente. Tem lojas para venda de flores e um serviço de café, tudo envolvido por uma laje de cobertura com cerca de 400 metros quadrados sobre uma área com bancos destinada aos visitantes. Ainda de acordo com a idéia, o cemitério teria um amplo estacionamento para veículos, condições de rápido escoamento. Cada velório, individual e isolado, apresenta-se com uma câmara ardente, um quarto de repouso, duas instalações sanitárias e uma pequena cozinha, 25 mil jazigos terão o cemitério, cuja primeira etapa permitirá sepultamento para cinco mil cadáveres. Será um cemitério-parque desde já chamado “parque das flores”, cuja construção, segundo o projeto será feito em apenas 180 dias. Maceió depara-se com o problema da reduzida capacidade dos tradicionais cemitérios, insuficientes para atender à demanda. Em alguns cemitérios, os cadáveres têm sido enterrados em pé, face à falta de espaço. A necessidade de cemitério foi evidenciada, inclusive, pelo Plano Diretor de Maceió (*Gazeta de Alagoas*, 14 dez. 1972).

⁴¹ Informações sobre o Memorial da Necrópole Ecumênica na website. Disponível em: <<http://www.memorialcemiterio.com.br/>>. Acesso em: 30 abr. 2008.

⁴² O jornal *Gazeta de Alagoas* (11 mar. 1973, s/p), trazia uma matéria intitulada: “Construção do Parque das Flores começa esta semana” e noticiava ser o cemitério “um dos mais ousados empreendimentos da engenharia alagoana”.

⁴³ O jornal *Gazeta de Alagoas* (15 nov. 1973, s/p), trazia uma matéria intitulada “Sampaio e Afrânio entregam Parque das Flores à população maceioense” e noticiava a construção do cemitério como “uma obra corajosa, merecedora de aplausos de todo alagoano”.



Fotografia 14: Projeto inicial da construção do Campo Santo Parque das Flores.



Fotografias 15 e 16: Imagens atuais do Campo Santo Parque das Flores.

Em março de 1973 o projeto de um cemitério particular foi aprovado pela prefeitura da cidade, através do Decreto nº 910, que concedeu à Construtora Industrial Predial de Alagoas (CIPAL), a título perpétuo, o direito de implementar, explorar e administrar o cemitério denominado Parque das Flores, no bairro do Farol. À prefeitura da cidade cabia o direito de fiscalizar as atividades do campo-santo no que diz respeito aos livros, fichas e registros das inumações. Através deste decreto ficou instituído também que o campo-santo seria tipo

parque. Neste sentido, a concessionária CIPAL não poderia permitir a construção de mausoléus e outras construções similares acima do nível do solo.

Na época, o que impressionava era a estética paisagística da necrópole, que, comparada aos cemitérios monumentais, era ausente de características fúnebres, por ser semelhante a um jardim, conforme foi noticiado pela imprensa alagoana:

Parque das Flores: A realização de um conceito

O Cemitério Parque das Flores de Maceió, já inteiramente pronto, em nada ficou a dever aos mais arrojados e modernos projetos do gênero, da Europa e dos Estados Unidos, como também das grandes capitais brasileiras. Construído pela Cipal, o cemitério-jardim possui um estilo semelhante ao de Arlington, de Washington, onde está enterrado o Presidente Kennedy e centenas de pessoas famosas daquele país.

Na verdade, o Parque das Flores representa a aceitação e a realização de um novo conceito, pois o estágio de consciência atingido pelo homem moderno não mais admite a solução tradicional para cemitérios. Hoje, quando nos preocupamos, e com razão, pelo grande crescimento das cidades, veremos que o ser humano busca sempre soluções mais adequadas às suas necessidades e de seu tempo. O Cemitério Parque é uma delas. É uma decorrência imediata do desenvolvimento, tanto material tanto intelectual, do homem.

No cemitério-jardim de Maceió este novo conceito foi plenamente realizado. No seu extenso e verdejante campo, apenas simples lápides e flores marcam o local dos jazigos, fazendo com que a beleza dos gramados e das árvores em volta amenize a saudade dos nossos entes queridos. É um lugar de tranquilidade, princípio à meditação e às boas recordações. Lá, as capelas, construídas com linhas arquitetônicas atuais, com mármore e vidro fumê possuem locais próprios para a realização de velórios. Ao lado destas foram construídos apartamentos para o descanso das famílias, com banheiros e todo conforto necessário. Estes apartamentos são privados das famílias que possuem um jazigo perpétuo no Parque das Flores e a necessária intimidade das horas de repouso é plenamente resguardada.

Existem, ainda, lanchonete e floricultura, ambas funcionando durante todo o horário em que o Parque das Flores encontra-se aberto.

Como pode-se perceber, o Parque das Flores de Maceió foi construído obedecendo a um projeto dos mais modernos, com similares somente nos grandes centros do nosso país e do mundo.

Ele significa uma nova concepção de cemitério e foi antes de tudo a realização de um conceito coerente com nosso tempo.

Na verdade, foi uma resposta à altura do progresso de Maceió, que não admite mais preconceitos sobre este assunto (*Gazeta de Alagoas*, 25 nov. 1973).

Depois de inaugurado, iniciou-se uma campanha publicitária para venda dos jazigos⁴⁴.

Mas o valor das sepulturas fez com que apenas uma pequena camada da população, aquela

⁴⁴ No dia 18 de novembro de 1973 (p. 05) o jornal *Gazeta de Alagoas* publicou o anúncio publicitário: “Se você está disposto a ler sem preconceito, nós vamos lhe falar sobre o Parque das Flores. Analise a possibilidade de participar de um empreendimento arrojado, com similares apenas nas grandes cidades do Brasil e do Mundo: Parque das Flores. O cemitério-jardim de Maceió. Definitivamente implantado. Adquirindo a concessão de um jazigo familiar perpétuo no Parque das Flores você passa a viver livre de uma preocupação comum a muita gente. Um jazigo no Parque das Flores torna-se um patrimônio da família. Pertence a ela de geração a geração. Existem vários tipos de financiamento. Um deles está ao alcance do seu orçamento. Vá ver como se acaba com um preconceito. Visite o Parque das Flores. Encare objetivamente o fato e decida-se pelo Parque das Flores. Depois, preocupe-se apenas com a vida. O Parque das Flores de Maceió é assim: Simples lápides e flores marcam o local dos jazigos. Capelas em mármore e vidro fumê, com locais para velório. Banheiros, apartamento para repouso, lanchonete, floricultura”. No dia 25 de novembro de 1973 (p. 01), o jornal *Gazeta de Alagoas* publicou o anúncio publicitário: “O Parque das Flores está totalmente concluído. Vá ver como se acaba com um

que apresentava condições financeiras para adquirir um jazigo em cemitério particular, conseguisse obter a concessão para o jazigo. Essa situação fez com que um, ano após a sua inauguração, o cemitério Parque das Flores ainda apresentasse um número pouco expressivo de sepultamentos⁴⁵.

Ocorre que, embora os jazigos no Campo Santo Parque das Flores pudessem ser financiados por todas as camadas sociais, não eram todos os segmentos da sociedade que dispunham de condições financeiras para adquirir um jazigo no cemitério⁴⁶. Mas tratar da ausência de sepultamentos através de uma explicação estritamente econômica não é suficiente para explicar o comportamento social ante a recusa. É necessário, portanto fugir das explicações utilitaristas e instrumentais, já que estas, por si só, não bastam para compreensão da permanência e difusão de algumas práticas sociais. É então no domínio da cultura que se comprehende o comportamento de rejeição social ao Campo Santo Parque das Flores. O fato era que grande parte da camada social alagoana rejeitava a ideia de uma necrópole concebida como uma paisagem natural, além de não aceitar a proibição da construção de mausoléus, e essa situação contribuía para a não solução do problema da superlotação dos cemitérios

preconceito. O Parque das Flores é assim: Simples lápides e flores marcam o local dos jazigos. Capelas em mármore e vidro fume, com locais para velórios. Toiletes, apartamentos para repouso, lanchonete, floricultura. Faça uma visita ao Parque das Flores. Lá você perderá qualquer atitude preconceituosa de encarar um cemitério. E se sentirá muito mais livre para adquirir a concessão de um jazigo familiar perpétuo. Existem vários tipos de financiamento. Um deles está ao alcance do seu orçamento. Um jazigo no Parque das Flores torna-se um patrimônio da família. Pertence a ela de geração a geração. Encare objetivamente o fato e decida-se pelo Parque das Flores. Depois, preocupa-se apenas com a vida.”

⁴⁵ Dez meses após a inauguração do Campo Santo Parque das Flores, o jornal *Gazeta de Alagoas* destacou, em 21 de setembro de 1975 (p. 01), uma matéria sobre o pequeno número de jazigos adquiridos pela sociedade alagoana: “Parque das Flores tem vaga até demais. Construído no mais sofisticado padrão de linhas modernas, completamente diferente de todos os outros, localizado no Km 7 da BR-101, o Parque das Flores é exceção no que concerne à superlotação dos cemitérios alagoanos, uma vez que, idealizado para atender à chamada classe “A”, apenas sepultou 180 pessoas, havendo ainda todo o seu espaço restante a ser ocupado. O parque é dividido em 4 tipos de áreas facilmente identificadas pelos preços cobrados pelas sepulturas: existem a área especial e as áreas A, B e C, com os pagamentos, à vista, variando em 4.893,60 e 2.476,60, podendo, através de juros e entradas de 15%, ser divididos em prestações de até 30 meses. Além da mensalidade ou do preço de cada gaveta, para o sepultamento também se paga uma taxa de 25% do preço normal, para a conservação das sepulturas, diminuindo, ainda mais, a possibilidade da aquisição”.

⁴⁶ A rejeição da sociedade ao modelo cemiterial estilo parque fez com que a administração do Campo Santo Parque das Flores realizasse uma intensa propaganda na imprensa local conclamando a sociedade a se “despir de preconceitos”. Os anúncios publicitários da década de 1970 investiam nessa mesma linguagem: “Decida-se agora pelo Parque das Flores. Depois, preocupe-se apenas com a vida” (*Gazeta de Alagoas*, 11 dez. 1973, p. 04). Os que aderissem a essa nova arquitetura cemiterial eram considerados como “precavidos e inteligentes”: “ACEITAÇÃO. O fato impressionante é a aceitação que o empreendimento está tendo junto a toda a população de Maceió. O que demonstra o alto grau de cultura do nosso povo, completamente desrido de preconceitos dessa natureza. Esta abertura do cidadão comum para um fato que a princípio se pensou difícil de ser abordado, pode ser constatada pelo número de visitas que o Parque das Flores recebe diariamente, aumentando de forma considerável nos fins de semana. A maioria dessas pessoas não hesita em procurar os agentes de venda, permanentes no local, buscando informações sobre a forma de pagamento e concessões” (*Gazeta de Alagoas*, 16 dez. 1973, p. 03).

públicos da cidade, únicos baseados na arquitetura monumentalizada dos túmulos, conforme relatou a atual Diretora do cemitério Parque das Flores:

No início da implantação do cemitério você se lembra se seu pai e os outros sócios comentavam alguma coisa sobre a aceitação do público?

Tinha uma rejeição imensa no início. Como até hoje a gente ainda sente. Porque até quando eu cheguei aqui eu senti, muito, uma rejeição muito. O ocidental, ele rejeita a morte. Então tem pessoas aqui, por exemplo, que vêm fazer uma compra, que diz “Eu não quero nem pisar aí porque é um agouro”. E não vem aqui nem escolher a área, é por telefone e a pessoa [o executivo de vendas] tem que ir lá porque, para ele passar aqui, ele não passa.

Mas por que você acha que havia essa rejeição?

As pessoas, como elas estavam muito apegadas àquelas partes de mausoléus. Famílias antigas não tinham esse costume de enterrar debaixo da terra. Era aquele mausoléu, colocava ali, não tinha. Depois, nesses trinta anos, eles foram vendo que isso aqui era um parque, que não tinha aqueles mausoléus enormes, não dava aquela sensação terrível, que hoje você entra aqui e é um jardim.

Então você fala que aqueles cemitérios que têm mausoléus...

[interrompe] Dá uma sensação horrível, mas era por isso que as pessoas rejeitavam [o parque] mesmo (Entrevista com Cláudia Melros, realizada em 05 de novembro de 2008).

O que faltou, segundo o relato de um dos atuais Diretores do Parque das Flores, foi programar uma “cultura da habitação” que facilitasse a aceitação social à nova arquitetura cemiterial baseada na estética da paisagem natural:

Quando eles [os primeiros idealizados do cemitério Parque das Flores] viram esse loteamento, eles viram a possibilidade, porque Maceió não tinha um cemitério desses [estilo parque]. Eles se empolgaram. Aí meu sogro foi para os Estados Unidos, foi visitar vários cemitérios desses e voltou com a ideia, fez o projeto e implantaram o cemitério tipo, tipo parque. Só que o cemitério como todo cemitério, empresarialmente ele demora a acontecer financeiramente porque tem que criar uma cultura de habitação. Da mesma maneira que você vai para um restaurante e não gosta de ir para um restaurante vazio, as pessoas não gostam de enterrar num cemitério que esteja vazio. É uma cultura do ser humano de que o isolamento não é bom. Então essa transição de sair dos cemitérios públicos, as famílias, para o cemitério [parque] foi que demorou mais, um grande tempo. Até o momento que meu sogro quis vender o cemitério (Entrevista com Cláudio Bentes, realizada em 10 de novembro de 2008).

Após vinte e seis anos de funcionamento, o cemitério Parque das Flores tinha concessões para apenas três mil jazigos. As capelas funcionavam precariamente, a funerária, a floricultura e a lanchonete estavam desativadas e existiam apenas dois funcionários que trabalhavam no cemitério, fazendo com que os concessionários de jazigos contratassem serviços terceirizados para manter os terrenos ajardinados, conforme relembra uma das clientes do cemitério que adquiriu uma concessão de jazigo em novembro de 2007 com o objetivo de trasladar os restos mortais de sua mãe que falecera há nove anos e seis meses e fora sepultada em um jazigo no mesmo cemitério, cuja concessão pertencia a outra pessoa da família:

Na época que a minha mãe morreu era muito à mercê, porque era assim, o que funcionava era assim, você pagava uma anuidade que era baixa mais por uso do serviço, mas, se você fosse usar a capela, qualquer coisa que você fosse usar lá, você vai pagar. Só que, por exemplo, você tem o seu terreno, seu jazigo, sua gaveta, qualquer que seja, e você tinha que pagar uma pessoa pra cortar a grama por fora e organizá-la. A gente passou um tempo pagando uma pessoa que cortava. A gente pagava uma pessoa porque a taxa era tão irrisória que eles nem se ligavam em fazer esse tipo. Na época que minha mãe foi enterrada podia usar flores artificiais, entendeu? Então toda hora que você passasse lá tinha flores. Agora não, você vê aquela grama, mas na época tinha as flores artificiais, então toda vez que você passasse lá, além da grama, tinha aquelas flores naqueles vasos, entendeu? E agora não, só pode flores naturais, quando envelhecem as flores eles vão lá e recolhem, tiram as flores naturais.

Quando minha mãe morreu tinham três capelas na época. Ou eram três ou eram quatro – se eu não me engano eram três –, e as capelas, elas eram praticamente idênticas, não tinha diferença, só tinha uma que era mais requintada. Entendeu? Com umas cadeiras diferentes, que era mais cara, com certeza, para usar e agora elas, de uma forma ou de outra, estão no mesmo padrão praticamente.

(Entrevista com Hortência, realizada em 10 de junho de 2008).

Com a pouca procura por concessões de jazigos, os idealizadores do empreendimento decidiram se desfazer da necrópole, e foi a partir daí que seus filhos e genros assumiram a direção e a administração do cemitério, no final do ano de 1999, iniciando as reformas no Campo Santo Parque das Flores no começo do ano 2000, plantando gramas nas áreas que abrigavam os jazigos, reabrindo a floricultura, a lanchonete e reformando as capelas, conforme lembra a atual Diretora do Parque das Flores:

Meu pai, na verdade, ele era muito desencantado com isso aqui. Ele tinha um desencanto com isso aqui, porque ele via que não dava rendimento. Mas deixa que era porque a parte de propaganda e tudo não era feito. Ele não se adequou, ele não soube fazer, não soube fazer esse trabalho aqui dentro. Então, ele perdeu o ânimo. Na verdade, ele largou de mão. Em [19]99 isso aqui tava o caos absoluto. Só existiam dois funcionários aqui dentro, o resto era pessoas que vinham de fora que os concessionários contratavam para cuidar do jardim, por isso que o índice de inadimplência era tão alto. E aqui não tinha mais grama, nada. Era só uns bolinhos de terra e era um caos absoluto. As capelas não funcionavam direito, não existia lanchonete, não existia funerária, não existia floricultura, nada, nada. A gente pegou isso aqui um caos, tudo era um caos. Aí nós, quando chegamos, tiramos um empréstimo, porque a gente não tinha caixa. Então, a gente pegou um empréstimo e começou a chamar cliente por cliente, de um a um, pedindo pra eles darem um voto de confiança na nova administração, ajudasse a gente, pagasse o que eles tavam devendo, em vez de pagar o pessoal do campo que eles pagavam, pagasse ao Parque. Então, o que a gente fez? A gente subiu uma taxa de manutenção de trinta e sete reais, que era pago na época, para cento e sessenta, por quê? Porque eles pagavam até duzentos ali fora. Ai a gente mostrou pra eles que, se eles ajudassem e continuassem com essa taxa de manutenção, a gente ia fazer um trabalho excelente e não precisava de ninguém mais e eles não precisavam ficar mais se aborrecendo. Então, com isso, nós ganhamos de três mil clientes, dois mil e seiscentos acataram, a gente ficou com um índice de quatrocentas, quinhentas pessoas que não quiseram nem saber. Era tanta raiva que não quiseram nem saber. A gente tá ganhando hoje, que eles estão vindo e tão vendo que a gente tá trabalhando. Então, o início foi assim, corpo a corpo, um a um. Teve uma cliente que olhou pra mim, uma senhora velhinha e fez: “Eu vou lhe dar um voto de confiança, mas se daqui a três meses eu voltar e encontrar desse jeito, abro um desse buraco e enterro você viva” [risos]. Depois de três meses que ela voltou, ela viu que a primeira quadra já tava toda plantada. Aí a gente abriu a floricultura – muito rústica, mas abriu. Abriu uma

lanchonete – muito no início, mas abriu. Aí reformou a primeira capela – ficaram duas capelas sem reformas, uma reformada. Aí depois de uns oito meses, ela voltou aqui, aí me deu um abraço, me deu um beijo, pediu desculpas [risos].
 (Entrevista Cláudia Melros, realizada em 05 de novembro de 2008)

Atualmente o Campo Santo Parque das Flores possui uma entrada principal onde está afixada uma placa de bronze com a seguinte inscrição: “Parque das Flores. Empreendimento da Cipal – Comércio e Indústria Predial Ltda. Decreto de concessão número 910, de 12 de maio de 1973, na administração de João Sampaio. Maceió, 14 de novembro de 1973”. Na entrada do cemitério, é possível visualizar um monumento de concreto armado, com treze metros de altura, que simboliza duas mãos postas.

Ao entrar no cemitério, verifica-se, na lateral direita, o prédio da administração, composto por três ambientes. O primeiro ambiente corresponde à área de vendas, com três salas climatizadas. Na primeira sala, através de uma janela de vidro, localiza-se o(a) vendedor(a) de plantão para receber os possíveis clientes que porventura venham a solicitar informações sobre o processo de aquisição dos jazigos. Nesta sala há uma porta que dá acesso a uma segunda sala: a sala da supervisão e da gerência de vendas, local onde normalmente são assinados os contratos de aquisição dos jazigos. Nesta sala há uma janela de vidro, de onde se observa o trabalho dos Executivos de Vendas que trabalham numa terceira sala, que dispõe de armários, divisórias e telefones para que os dez Executivos de Venda realizem o *telemarketing* ofertando os produtos e serviços aos clientes. Por trás dessa sala se encontram os banheiros para uso dos funcionários do cemitério.

O segundo ambiente corresponde à área da funerária, composta por uma sala climatizada com janelas e portas de vidro, onde é possível encontrar a telefonista, que atende todas as ligações direcionadas ao cemitério. Por trás dessa sala existe uma ampla sala com dois ambientes, onde são expostos vários tipos de urnas mortuárias. No corredor lateral da funerária está localizada uma cozinha, com geladeira, fogão, armários e um lavatório. É neste local que os funcionários da empresa realizavam suas refeições.

O terceiro ambiente é o da área da administração, composto também por janelas e portas de vidros, uma grande sala, onde se concentram os funcionários que trabalham na administração do cemitério, bem como a Diretora da necrópole. Por trás desta sala existe um segundo espaço, para a realização do trabalho da Assistente Social.

Ao adentrar na avenida principal do cemitério, o visitante se depara com um largo espelho d’água com repuxos. Ao centro, situam-se a floricultura Flores do Parque, a lanchonete e três capelas para celebração dos velórios. No início do ano de 2007, uma das

capelas sofreu uma modificação em sua estrutura, sendo dividida para dar espaço a duas capelas. Assim, o cemitério passou a contar com quatro capelas para celebração de velório.

Empresariar

One of the interesting things about burial practices is
that they provide many a clue
to the customs and society of the living
(Jéssica Mitford)

Como já assinalado nos capítulos anteriores, as mudanças dos vivos em relação à morte e ao sepultamento dos seus mortos, deram origem ao processo de gestão e empresariação privada da morte. Isto significa que o morrer se tornou objeto de comércio e lucro, percebido como um negócio rentável, conforme observou Mitford (2000, p. 140-141) num estudo sobre o estilo americano de morrer:

A “long, slow development, with its roots deep in the history of Western civilization,” or a short, fast sprint with its roots deep in moneymaking? A brief look backward would seem to establish that there is no resemblance between the funeral practices of today and those of even seventy-five to one hundred years ago, and that there is nothing in the “history of Western civilization” to support the thesis of continuity and gradual development of funeral customs. On the contrary, the salient features of the contemporary American funeral (beautification of the corpse, metal casket and vault, banks of store-bought flowers, the ubiquitous offices of the “funeral director”) are all of very recent vintage in this country, and each has been methodically designed and tailored to extract maximum profit for the trade.

O tratamento do ramo funerário como um segmento empresarial se iniciou nos Estados Unidos por volta da segunda metade do século XIX, e se profissionalizou com o surgimento dos *funeral directors*. O segmento da morte na indústria do funeral norte-americana teve um crescimento na década de 90, calcula-se que no final dessa década existiam cerca de vinte e três mil *funeral homes* e nove mil e quinhentos cemitérios nos Estados Unidos. Em 1996 as perspectivas econômicas apontavam um lucro de quinze bilhões de dólares anuais (WHITTAKER, 2005, p. 07).

No Brasil, o empresariar da morte e do morrer ocorreu a partir da modernização dos espaços tanáticos que possibilitaram o surgimento dos “Grupos” no final da década de 1980, o que significa que todo o processo do morrer ficou centralizado numa única empresa. Os “Grupos” são, portanto, empresas completas que agregam vários empreendimentos fúnebres com o objetivo de dar conta de todo processo do morrer: o antes (com o serviço de prevenção do funeral), o durante (com o serviço funeral) e o depois (com os serviços de assistência ao luto).

Embora a indústria fúnebre brasileira tenha algumas semelhanças com a indústria do funeral norte-americana, no Brasil, contudo, a indústria fúnebre tem sua peculiaridade e singularidade que está intimamente relacionada à maneira como a sociedade se relaciona com

a morte e com os seus mortos, conforme apontou um dos Diretores do Grupo Parque das Flores:

A história dos Grupos no Brasil tem alguma relação com a forma de organização dos funerais norte-americano?

Não. Não tem. Tanto é que o norte-americano é diferente. Ele vira uma festa. Lá é um almoço. Como o americano não convive em família, eles só se reúnem na ação de graças e no enterro. Então – você vê isso muito em filmes –, existem as casas de velório que são casas mesmo, que a pessoa fica dois dias lá, o corpo abandonado, inclusive, sem a família, só vem para o almoço, enterra, deixa isso aí. Não, não, não, não tem nada a ver. Eu não vou dizer nem qual é a nossa influência, eu não sei se é européia, americana, argentina, eu não sei dizer, eu ainda não estudei isso. Mas a gente sabe que o nordestino, principalmente, ele fica ali vendo o corpo. Por causa de questão de segurança, hoje os cemitérios do Rio de Janeiro e São Paulo, as pessoas estão deixando o corpo velando, tranca e vai pra casa. Eu tenho certeza que no Nordeste a gente morre com os bandidos dando tiro na gente, mas a gente não vai deixar um corpo da gente nunca, não só em Alagoas, acredito que isso é todo nordestino, a gente não iria deixar um familiar da gente nunca. É cultura nossa, do nordestino. Como é diferente o sulista, por insegurança. Mas hoje o [cemitério] Parque [das Flores] nós temos três seguranças. Hoje o meu maior custo na minha empresa é segurança.

(Entrevista com Cláudio Bentes, realizada em 10 de novembro de 2008).

O fato é que, hoje o segmento da morte é considerado como empresarial, configurado pelo estabelecimento de uma relação comercial entre a empresa fúnebre e a família enlutada, sendo que o objeto que materializa essa transação comercial é um corpo morto, conforme observou Zapata (2006, p. 99):

La muerte de un ser para quienes han vivido con él significa la pérdida de una parte de sí mismo, la terminación de una construcción. Este mismo cadáver para la empresa funeraria significa el suceso que lo conecta con sus futuros demandantes, y para lo cual se dispone a prestar sus servicios. Es importante entender que, contrario a lo que habitualmente se escucha en un lenguaje común, sus demandantes no son los futuros cadáveres; el demandante es la sociedad, motivada por el conocimiento de su finitud, y el reconocimiento de su obligación moral frente a los otros, además de la incertidumbre que ocasionan las condiciones económicas y, por lo tanto, la capacidad de pago y de respaldo frente a esta situación. Las personas y la funeraria se encuentran bajo una relación comercial.

Nessa relação comercial surgem vários produtos e serviços oferecidos aos consumidores fúnebres, e, para sobressair num mercado competitivo, as empresas fúnebres procuram tornar o funeral como um evento ceremonial, cujo foco são as cerimônias personalizadas que refletem o aspecto da pessoa morta, da sua personalidade e da sua individualidade enquanto estava viva.

3.1. Indústria do funeral norte-americana

Do século XVIII até a primeira metade do século XIX os funerais norte-americanos foram exclusivamente um negócio familiar. Eram os familiares e amigos que realizavam as funções de manipulação do corpo do defunto, lavando-o e requisitando o caixão a um carpinteiro local. Entre a morte e o funeral, o corpo do morto era colocado na residência para que fosse velado, depois a família carregava o caixão a pé até a igreja e dali para o cemitério. Nas regiões campestres os sepultamentos ocorriam na propriedade da família.

Por volta da segunda metade do XIX começaram a surgir os primeiros empresários fúnebres – os *undertakers*, que passaram a ocupar três tipos de funções: eram, ao mesmo tempo, os proprietários de carruagens e carros fúnebres, os carpinteiros que preparavam os caixões e os anunciantes dos falecimentos. Os *undertakers* forneciam à família um catálogo de caixões de seu estabelecimento, depois supervisionavam a remoção dos caixões para os carros fúnebres e realizavam as tarefas necessárias até que o corpo estivesse finalmente sepultado.

Mas a indústria funeral norte-americana começou a se desenvolver somente após a Guerra Civil, também conhecida como Guerra de Secessão, ocorrida entre os anos de 1861 a 1865⁴⁷, que causou um total estimado de novecentos e setenta mil mortes, dos quais, seiscentos e vinte mil soldados, cerca de 3% da população norte-americana da época. Durante a Guerra Civil a função dos *undertakers* foi alargada através da prática do embalsamento dos cadáveres, uma técnica que permitiu o traslado dos cadáveres dos soldados mortos. Foi Thomas Holmes, considerado *the father of American embalming*, o primeiro a popularizar a ideia de preservar os mortos através do embalsamento e o primeiro a receber financeiramente por este tipo de serviço. Holmes tinha um grande interesse nas técnicas de dissecação dos cadáveres e viu na Guerra uma grande oportunidade, partiu para o campo de batalha e ofereceu seus serviços às famílias dos soldados mortos pelo valor de cem dólares por cadáveres. Estima-se que Holmes embalsamou quatro mil e vinte e oito cadáveres em quatro anos.

A prática do embalsamento persistiu depois da Guerra. A exposição do corpo embalsamado do presidente dos Estados Unidos, Abraham Lincoln, assassinado em público

⁴⁷ A Guerra Civil norte-americana constitui na luta entre os onze Estados do sul latifundiários, cuja economia dependia da exportação de produtos agropecuários – especialmente o algodão –, da mão de obra escrava; contra os Estados do Norte, que passavam por um período de expansão industrial com a utilização do trabalho assalariado.

logo após o término da Guerra Civil⁴⁸, contribuiu para a divulgação do embalsamento. Os *undertakers* começaram a experimentar o embalsamento como alternativa à outras modalidades de preservação. O embalsamento se transformou numa prática padrão em muitos países dos Estados Unidos, os *undertakers* norte-americanos, que antes produziam caixões, começaram a se interessar pelas técnicas de transformação da aparência do corpo.

A indústria do funeral se profissionalizou. Da necessidade do controle das atividades dos *undertakers*, surgiram as primeiras escolas de *mortuary science*. A profissão foi sendo definida legalmente e seu exercício sujeito a aquisição de uma formação universitária. Os *undertakers* se transformam em *funeral directors* o que significou o surgimento de uma profissão: o *doctor of services*⁴⁹.

Nesse momento surgiram as primeiras associações dos profissionais fúnebres. A *National Funeral Directors Association* (NFDA), por exemplo, é uma associação fundada em 1882 por um grupo de vinte e seis empresários de pompas fúnebres de Michigan. A NFDA estabelece que a missão dos *funeral directors* é proporcionar a defesa, educação, informação, produtos, programas e serviços para ajudar os membros e realçar a qualidade dos serviços prestados às famílias. Os profissionais são regidos por um código de conduta, aprovado em dezenove de outubro do ano de 2002, que regulariza suas obrigações em cinco pontos chaves: com a família, com o cuidado com a pessoa falecida, com o público, com o governo e com a NFDA⁵⁰. O primeiro código de ética, aprovado em 1884, dizia “There is, perhaps, no profession, after that of the sacred ministry, in which a high-toned morality is more imperatively necessary than that of a funeral director’s. High moral principles are his only safe guide” (MITFORD, 2000, p. 158).

A NFDA oferece serviços de desenvolvimento profissional para seus membros, tais como conferências, seminários, teleconferências; há ainda jornais e boletins informativos, bibliotecas com coleções de livros, periódicos e outros materiais sobre assuntos fúnebres,

⁴⁸ Abraham Lincoln foi presidente dos Estados Unidos durante os anos de 1861 a 1865. Sua eleição para a presidência, em 1860, provocou manifestações que levaram o país a enfrentar uma Guerra Civil, a Guerra de Secesão. Em 01 de abril de 1865 a Guerra terminou, e na noite do dia 14 de abril de 1865 Lincoln foi assassinado em público enquanto assistia a uma peça no *Ford's Theatre*, na cidade de Washington. Lincoln foi morto com um tiro na cabeça deferido por um defensor da causa sulista na Guerra de Secesão. Seu corpo embalsamado e exposto à visitação pública tendo sido transportado de trem, em um cortejo fúnebre, para diversos Estados norte-americanos. O corpo de Abraham Lincoln foi enterrado somente no dia 04 de maio de 1865.

⁴⁹ Mitford (2002) revelou que os discursos utilizados *funeral directors* para se diferenciarem dos *undertakers* são os da profissionalização do serviço. Um membro da *National Funeral Directors Association* (NFDA), assim se descreveu: “I am not an undertaker. He served his purpose and passed out of the picture. I am a funeral director. I am a Doctor of Service. We are members of a profession, just as truly as the lawyer, the doctor or the minister” (MITFORD, 2000, p. 155-156).

⁵⁰ Informações na website da *National Funeral Directors Association* (NFDA). Disponível em: <<http://www.nfda.org/files/CodeofConduct.pdf>>. Acesso em: 05 mai. 2008.

aconselhamentos às empresas sobre os métodos de contabilização dos custos e outros processos empresariais. A NFDA também realiza anualmente uma conferência com seminários sobre o futuro do *funeral director*, estratégias para repensar a comercialização, habilidades e técnicas de embalsamento e reconstruções, serviços de perda de animais domésticos, fóruns de discussões sobre mulheres em serviços fúnebres, cemitérios e cremações⁵¹.

No decorrer de sua atuação, a NFDA tem procurado dinamizar os requisitos para a concessão de licenças para embalsamento. O curso de embalsamento ou ciência mortuária é realizado em estágios que discutem temas referentes às questões e preocupações para os profissionais modernos, *marketing* e *merchandising* no serviço funeral, e restauração. Um diploma de serviço funerário pode ser obtido pelo *National Education Institute of New England* em quarenta semanas. As exigências educacionais variam em cada Estado, Mitford (2000), em estudo sobre o estilo americano de morrer, observou que apenas seis Estados norte-americanos exigiam diploma de ensino médio com um ou dois anos de aprendizagem para o licenciamento do embalsamento. A NFDA não exige nenhum requisito educacional para os seus sócios, somente o pagamento dos direitos para requerer a licença. Então, embora possua um código de ética, a NFDA não institui normas mínimas para a adesão dos associados, qualquer membro de uma associação presente nos Estados filiados poderá se tornar sócio da NFDA.

Com a valorização da profissão, os *funeral directors* passaram a ser responsáveis por uma multiplicidade de tarefas que vão além da colocação do cadáver em um caixão. Suas auto-impostas atribuições se dividem em duas categorias: a atenção ao defunto e a gestão de todo o funeral (MITFORD, 2000, p. 43). No *american way of death* são os *funeral directors* os atuais responsáveis pelo processo do *post mortem*. Quando alguém morre, a família se encarrega de contratar os serviços do *funeral director* que irá transportar o corpo morto do lugar do falecimento (hospital ou residência) para um local específico para realização do ritual do embalsamento.

O ritual de embalsamento é realizado sem consulta prévia aos parentes, pois é considerado como uma prática rotineira e totalmente indispensável, já que permite a desinfecção e a preservação do cadáver por um longo período para realização da cerimônia de velamento do corpo. O objetivo do embalsamento é tornar o cadáver apresentável para visualização, mesmo que inexistindo leis que exija tal procedimento. Como o embalsamento é

⁵¹ Informações na website da National Funeral Directors Association (NFDA). Disponível em: <<http://www.nfda.org>> Acesso em 05 mai. 2008.

uma tradição inventada pela sociedade norte-americana, sua aplicabilidade é legitimada. A menos que a família especifique a forma como deseja preservar o cadáver, o ato de confiar o cuidado do corpo morto a um *funeral director* já atesta uma implícita autorização para o embalsamento.

Primeiro é realizada a higienização (lavagem) do cadáver, em seguida o corpo é embalsamado, numa sala de cirurgia considerada como um lugar sagrado, cuja porta é fechada, impedindo a entrada de outras pessoas. Os componentes utilizados para o embalsamento são tesouras, fórceps, agulhas, tubos, bombas, etc.; além dos apetrechos químicos (fluídos, sprays, pastas, óleos, cremes, pós e batons cosméticos) utilizados para corrigir ou amenizar as aparências decorrentes dos fenômenos abióticos consecutivos do *post mortem*, tais como os fenômenos de pergaminho da pele, o dessecamento da mucosa e lábios, a modificação do globo ocular, as manchas de hipóstase cutânea e a rigidez do tecido humano.

Depois de embalsamado o cadáver é vestido com as indumentárias fornecidas pela família ou compradas quando da contratação dos serviços do *funeral director*, e maquiado. Em seguida se inicia o ritual do *casketamento*: a colocação do cadáver no caixão. Os caixões norte-americanos são conhecidos por *caskets*, pois são fechados com chaves e não com parafusos ou porcas. O *casket* não é feito de madeira, mas de metal, e sua aparência é de um cofre esculpido⁵². O *casket* de metal é um fenômeno da América moderna, sua escolha e aquisição estão intimamente relacionadas ao ritual de embalsamento, pois existe a crença de que o *casket* protege o corpo e contribui para sua preservação⁵³.

⁵² Na Europa da Alta Idade Média, o morto era estendido sobre um tecido ou mortalha e colocado sobre um esquife totalmente visível e exposto por um tempo na parte frontal da residência, em seguida era transferido para o local onde seria sepultado. No século XII, o rosto nu do morto se tornou insuportável e quando a morte era atestada, ainda no local do falecimento, o corpo era totalmente coberto por uma mortalha, em seguida colocado dentro de uma caixa de madeira ou caixão. Os mais pobres que não podiam obter seu próprio caixão, eram levados à sepultura num caixão de transporte e ao chegarem era retirados e lançados à cova. O caixão servia apenas para transportar o corpo até o local em que seria inumado. Tanto os ricos quanto os menos abastados passaram a esconder seus corpos dentro de mortalhas, numa recusa à morte da carne e à decomposição do corpo. Porém, em algumas regiões esse costume não foi colocado em prática. O uso de caixões de madeira foi aceito em detrimento do escamoteamento do rosto, os caixões eram deixados abertos até o momento do sepultamento do cadáver, ou fechando apenas metade da tampa, fazendo com que a parte superior do cadáver ficasse visível. Este costume prevaleceu nos funerais norte-americanos, onde se mantém o rosto dos cadáveres descobertos, fazendo com que os caixões ou *casket* sejam elaborados com uma abertura na parte superior (ARIÈS, 2003).

⁵³ Mitford (2000) observou que entre os norte-americanos a qualidade do *casket* está relacionada ao processo de descontaminação e de apresentação do cadáver. Se a justificativa da indústria fúnebre para o processo de embalsamento compreende a preservação dos cadáveres, a aquisição de um *casket* de qualidade é colocada como parte essencial para a eficácia do embalsamento, conforme atestou a presidente da *Settegast-Kopf Funeral Home* em Huston, no Texas:

The majority of the American people purchase caskets, not for the limited solace from their beauty prior to funeral service, or for the impression that they may create before their friends and associates. Instead, they full-heartedly believe that the casket and the vault give protection to that which has been accomplished by the embalmer (MITFORD, 2000, p. 54).

Por outro lado, a aquisição dos *caskets* atua como um elemento compensatório para a simplicidade dos cemitérios e dos túmulos. Se no passado os túmulos eram verdadeiras obras de arte, no presente, são os *caskets* os objetos de arte.



Fotografia 17: Black Mirror Casket. Modelo de *casket* preto, com toques de coloração prateada. O espelho em todos os lados do *casket* reflete toda luz ao redor do caixão. Imagem retirada da website. Disponível em: <<http://casketgallery.com/caskets.phtml>>. Acesso em 10 mai. 2008.



Fotografia 18: Carnation Empress Casket. Modelo de *casket* feminino, com design arredondado, total vedação e bloqueio. De cor marfim branca, com sombreamento de flores no exterior e com emblemas de flores bordados sobre o painel superior. Imagem retirada da website. Disponível em: <<http://casketgallery.com/caskets.phtml>>. Acesso em 10 mai. 2008.

O posicionamento do corpo no *casket* requer um delicado senso de equilíbrio. O corpo não deve ficar tão elevado, pois a tampa superior ao ser fechada pode comprimir o rosto do cadáver, tampouco deve ser colocado muito abaixo para não ter a impressão de que está dentro de uma caixa. Depois de totalmente posicionado dentro do *casket*, o cabelo do morto é penteados, suas roupas são arrumadas e a maquiagem é retocada. Este ritual é demasiado lento, pois é o resultado final do trabalho do *funeral director* e compreende a arte do funeral: o *beautiful memory picture*.

Todo o processo de *casketamento* é realizado no local onde o corpo será exposto: numa igreja, numa capela ou numa *funeral home* (casas velatórias). Normalmente os *funeral directors* preferem que o velório seja realizado nas *funeral homes* pela facilidade em organizar o serviço.

As *funeral homes* são locais apropriados para velar os defuntos. Elas são salões funerários, cujo ambiente é planejado para amenizar o sentimento de dor e de perda na cerimônia do último adeus. Rodrigues (2006b, p. 181) descreve a função das *funeral home* no *american way of death*:

Em nome do “respeito ao defunto” e da “preocupação de não traumatizar os vivos”, os funcionários desses *funeral homes* cuidam da restauração do cadáver (apagar os traços de agonia), de sua conservação (disfarçar a tanatomorfose), de sua beleza

(dando ao morto um aspecto saudável), de sua higiene (se não parece morto, não parece poluir), de seu ambiente (as pessoas se sentem mais à vontade, conversam mais livremente, em tom normal, ao som de música...). Em casos extremos, mas não raríssimos, o morto é colocado em posição de vivo, “falando” ao telefone, sentado em seu escritório, maquiado, de óculos, pernas cruzadas, às vezes sentado em sua sala de visitas (*living*, em inglês). Ele está vivo, vai se mexer! (grifo do autor)

A *Newcastle Funeral Home* é um exemplo das várias *funeral homes* norte-americana. Localizada em uma casa histórica restaurada, oferece às famílias um espaço com quartos, capela de visitação que acomoda cento e cinquenta pessoas em lugares sentados, sala preparada especialmente para a família enlutada, salões para acomodar recepções, estacionamento e cadeiras de rodas. A lógica é fazer com que os familiares e amigos se sintam em casa no momento que os profissionais cuidam dos serviços fúnebres. A *Newcastle Funeral Home* oferece também o serviço de luto – o *Gênesis Resouce Center* –, contém uma biblioteca com mais de cento e cinquenta livros, panfletos, vídeos abrangendo temas sobre todos os aspectos da perda e da separação para todas as idades⁵⁴.

De acordo com a expectativa da *Newcastle Funeral Home* há basicamente três áreas de despesas que a família deve considerar quando organiza um funeral: a primeira diz respeito às taxas de serviço do funeral, que se refere especificamente ao trabalho dos *funeral directors* e ao traslado do cadáver. A segunda é o custo total, que se refere à aquisição do *casket* e outros itens. A terceira inclui os custos externos que o *funeral home* assume em nome da família; estes custos incluem o pagamento do cemitério ou crematório, os avisos em jornais e o serviço religioso. No caso da *Newcastle Funeral Home*, os serviços se iniciam com uma taxa no valor de oitocentos e sessenta dólares para uma simples cremação ou sepultamento, sem nenhum serviço funeral, e, caso sejam incluídos os serviços de impostos e taxas de cremação, o custo total do serviço prestado pela *funeral home* pode ser de aproximadamente um mil quinhentos e cinquenta dólares (considerando que este valor não está incluído os serviços prestados pelos *funeral directors*)⁵⁵.

Durante a estada do cadáver numa *funeral home*, o *funeral director* providencia a presença de um clérigo, de músicas, de flores e do transporte da família e dos amigos. Todo esse serviço, no entanto, deve ser realizado com objetivo de passar a impressão de que esses necro-profissionais são orientadores ou auxiliares na hora da morte e do luto, e que estão a serviço da família (MITFORD, 2000, p. 40-50).

⁵⁴ Informações na website da *Newcastle Funeral Home*. Disponível em: <<http://www.newcastlefuneralhome.com/index.html>> Acesso em: 10 mai. 2008.

⁵⁵ Idem.

Depois da estada do cadáver na *funeral home* para que a família e os amigos prestem a última homenagem, o *casket* é transportado para um *Memorial Park* (cemitério) em um *funeral coach* – veículo apropriado para transporte de caixões. Chegando ao cemitério o *casket* é baixado a terra, o clérigo menciona as seguintes frases: “terra a terra, cinzas de cinzas, pó ao pó”. Essa é a “simple, dignified, beautiful, reverent! The modern way!” (MITFORD, 2000, p. 51).

A função do *funeral director* inclui o cuidado específico com o cadáver “afin de le préparer à sa confrontation finale avec les vivants” (SARAIVA, 1993, p. 3)⁵⁶, já que os *funeral directors* preparam os cadáveres para a exibição pública. Entretanto, não é um morto que se pretende expor, mas um “quase vivo”, procurando fazer com que o cadáver tenha uma aparência mais natural possível, como se não estivesse morto, mas apenas dormindo. A aparência natural é realizada através do desenvolvimento das técnicas de embalsamento e necromaquiagem que objetiva “mascarar as aparências de morte e conservar no corpo os ares familiares e alegres da vida” (ARIÈS, 2003, p. 255). A utilização dessas técnicas permite dar ao morto uma ilusão de vida conforme apontou Ariès (1990, p. 653-654):

Muitas vezes, o morto é apenas exposto na sala do funeral home como em casa, e as pessoas vêm vê-lo pela última vez, segundo o rito tradicional, cujo local foi apenas mudado. Por vezes, ele é apresentado numa encenação, como se estivesse ainda vivo, no seu escritório, numa poltrona e – por que não? – com um charuto na boca. Imagem caricatural, mas freqüente no cinema e na literatura do que na realidade. Contudo, mesmo fora desses casos excepcionais e pouco representativos, procura-se sempre eliminar, pelo artifício do *mortician*, os sinais da morte, maquilando o morto para fazer dele um quase vivo.

É muito importante, com efeito, dar a ilusão de vida. Permite ao visitante vencer sua intolerância, comportar-se em relação a si mesmo e à sua consciência profunda, como se o morto não estivesse morto, e não houvesse qualquer razão para não se aproximar dele. Ele pode assim enganar a interdição.

O embalsamento serve menos, portanto, para conservar e homenagear o morto, do que para manter por algum tempo as aparências de vida, para proteger o vivo (grifo do autor).

A função do *funeral director* não se resume apenas em tornar o cadáver apresentável para exibição pública, seus serviços extrapolam o limite da morte e se dirigem também para os vivos, através da gestão das emoções das famílias (SARAIVA, 1993, 06), utilizando o discurso psicanalista e psiquiátrico, os *funeral director* se transformaram em *psychologues spécialistes du deuil* (SARAIVA, 1993, p. 06) ou em *doctors of grief*, com vocação de *grief*

⁵⁶ O serviço do *funeral director* pode ser observado na série “Dearly Departed – Live as Funeral Director”. Dividida em sete capítulos, a série foi exibida pelo canal 14 e pode ser visualizada na website <http://www.youtube.com>, após inserir o título da série no link “pesquisa” da website. Disponível em: <<http://www.youtube.com/watch?v=q6jMA8J-Eu0>>; <<http://www.youtube.com/watch?v=4nmSnI24Rec>>; <<http://www.youtube.com/watch?v=58vVYB2m3YE>>; <<http://www.youtube.com/watch?v=wavZwumxnk0>>; <http://www.youtube.com/watch?v=_9dxwdRSQnY>; <<http://www.youtube.com/watch?v=x2yLJr-5Cqc>>. <http://www.youtube.com/watch?v=qpSidI500Pk&feature=PlayList&p=F1323848A6AF1A47&playnext=1&planynext_from=PL&index=11>. Acesso em: 10 mai. 2008.

therapy, que se inicia a partir do momento que os especialistas organizam todos os detalhes da cerimônia fúnebre, inclusive melhorando a aparência natural do cadáver. Os *doctors of grief* fazem tudo para que o funeral seja menos doloroso e mais aceitável para a família enlutada.

A *grief therapy* é utilizada pelos *funeral directors* para descrever o alívio emocional que a família enlutada atinge ao ver o defunto embalsamado e restaurado, pressupondo que o trauma mental sofrido por aqueles associados ao defunto será menor com os serviços ofertados pela indústria fúnebre. A visualização do corpo embalsamado e restaurado tem, para o *funeral director*, um valor psicoterapêutico. A *grief therapy* abrange, portanto, não só o *beautiful memory picture*, mas todos os aspectos do funeral. A indústria fúnebre ao promover a *grief therapy* conduziu as cerimônias fúnebres a uma escala de serviços adicionais oferecidos aos seus clientes, tais como o aconselhamento do *post mortem*.

É nesse contexto que Whittaker (2005, p. 06) divide a indústria do funeral em três componentes: o primeiro compreende as cerimônias e os tributos, oferecidos habitualmente na forma de um funeral ou serviço comemorativo; o segundo é a disposição dos restos mortais, realizada através dos enterros ou cremação; o terceiro é a memorialização, realizada através dos monumentos, marcadores ou inscrições.

Entretanto, as críticas a indústria do funeral norte-americana não são poucas, a mais célebre veio do livro publicado em 1963, *The american way of death*, escrito por Jéssica Mitford que se tornou um *best-seller* quando a autora denunciou que a preparação dos corpos para exibição pública utilizada pela indústria do funeral nos Estados Unidos visava apenas à obtenção de lucro (MITFORD, 2000, p. 65).

Criticando o estilo americano de morrer, Mitford (2000) procurou saber em que medida um cadáver sem estar embalsamado representaria uma ameaça à vida, e quais os danos para a saúde pública um corpo morto poderia representar. Para isso, recorreu a um especialista em patologia, Dr. Jesse Car, Diretor do Hospital de San Francisco e professor de patologia da Universidade Médica da Califórnia. O especialista explicou que, no caso de transmissão de doenças, um cadáver oferece menos perigo do que uma pessoa viva, e no caso de doenças infectocontagiosas o embalsamento é ineficaz como medida de segurança, portanto, não existe eficácia do embalsamento como meio de preservação do corpo. Além do mais, em países onde o embalsamento não é uma prática costumeira (como no Brasil) haveria uma mortalidade ou uma infecção de doenças causadas pelos cadáveres, o que não é o caso. Dessa forma, a autora conclui que o embalsamento é um procedimento que se resume às vendas e lucros da indústria fúnebre, pois, caso ele não fosse realizado, os *funeral directors* perderiam sua função:

If embalming is taken out of the funeral, then viewing the body will also be lost. If viewing is lost, then the body itself will not be central to the funeral. If the body is taken out of the funeral, ten what does the funeral director have to sell? (MITFORD, 2000, p. 64).

Outra justificativa utilizada pelos *funeral directors* para o embalsamento está embasada no discurso da saúde mental. O artifício utilizado é que a *grief therapy* é um método que suaviza a dor da perda, então, o embalsamento tem um valor psicoterapêutico que traz o alívio mental e emocional para a família que verá o cadáver como se ele não estivesse morto. Os profissionais da indústria fúnebre alegam que a prática de preservar os corpos mortos com produtos químicos e enfeitando-os com tinta e pó surgiu na Antiguidade, com os egípcios e atingiu seu ponto mais elevado no segundo milênio a.C.. Portanto, os *funerais directors*, para justificar o emprego do embalsamento nos funerais americanos, utilizam uma retórica do respeito à tradição e da crença, baseada na ideia de que a técnica de embalsamar corpos faz parte de um antigo costume da sociedade.

Mas Mitford (2000) afirma não haver nenhuma semelhança entre as práticas dos funerais contemporâneos com as de milhares de anos atrás, e que não há nada na história da civilização ocidental que justifique a tese de continuidade das técnicas de embalsamento. Os egípcios utilizavam o embalsamento por acreditarem que havia vida após a morte e que a alma voltaria para o corpo, nesse sentido, o corpo deveria estar conservado. Já nos funerais norte-americanos contemporâneos, os embalsamentos são concebidos para “extract maximum profit for the trade” (MITFORD, 2000, p. 141).

Mitford (2000) critica não só a atuação dos *funeral directors* mas também a sua atitude frente à morte. Para a autora, os *funeral directors* podem assumir um discurso de profissionais dedicados e até afirmarem serem *doctors of grief*, mas seus verdadeiros motivos são os da “caixa registradora”, interessados apenas em vender sua mercadoria e seus serviços⁵⁷.

⁵⁷ Segundo Mitford (2000) os *funeral directors* se interessam apenas pelos lucros, conforme apontou a revista *Mortuary Management* ou o *National Funeral Service Journal*:

Yet, just as one is beginning to think what dears they really are - for the prose is hypnotic by reason of its very repetitiveness-one's eye is caught by this sort of thing in Mortuary Management: “You must start treating a child’s funeral, from the time of death to the time of burial, as a golden opportunity for building good will and preserving sentiment, without which we wouldn’t have any industry at all”. Or this in the National Funeral Service Journal: “Buying habits are influenced largely by envy and environment. Don’t ever overlook the importance of these two factors in estimating the purchasing possibilities or potential of any family... Envy is essentially the same as pride... It is the idea of keeping up with the Joneses... Sometimes it is only necessary to say,... Here is a casket similar to the one the Joneses selected’ to insure a selection in a substantially profitable bracket (MITFORD, 2000, p. 155).

Mitford acusa ainda a indústria fúnebre norte-americana de se aproveitar do choque causado pelo falecimento de um indivíduo para fazer com que as famílias contratem os dispendiosos serviços funerários. Por isso, a autora sugere a criação de uma *funeral societies* ou *memorial associations*, dedicada ao princípio de oferecer funerais a custos razoáveis.

O fato é que, entre as famílias e/ou indivíduos e a indústria de serviços fúnebres, se estabelece uma relação comercial onde existe de um lado o ofertante dos serviços (a empresa funerária) e de outro lado os consumidores (a família). Nessa empresa fúnebre, como qualquer outra empresa prestadora de serviço, a meta organizacional compreende um conhecimento das necessidades, dos desejos e dos motivos dos consumidores, com a finalidade de garantir que seus clientes tenham satisfação em adquirir seus serviços e produtos. Mas, diferente de outras empresas que comercializam produtos e serviços, a indústria fúnebre é uma organização *sui generis*, pois o produto que oferta é um “produto diferente”, portanto ela deve ter “una doble sensibilidad frente al concepto de ser humano” (ZAPATA, 2006, p. 108), ou seja “hay una humanización de la empresa funeraria”, conforme apontou Zapata (2006, p. 108):

La empresa funeraria debe tener una doble sensibilidad frente al concepto de ser humano, es decir, como organización su constitución y esencia son las personas que la conforman, sin ellas la organización no existiría y, además, su papel social es la manipulación del cadáver, la vivencia de la muerte en la cultura. La empresa funeraria presencia la muerte de los otros bajo una perspectiva económica, lo que la puede tentar a percibir que recibe un objeto, un insumo, una mercancía, cegando el reconocimiento del otro, ya cadáver, en su calidad de sujeto y, por tanto, merecedor de un trato digno.

Para que um produto seja comercializado e adquirido é necessário que exista uma demanda (e vice-versa), então tanto a produção como o consumo são intenções culturais, já que são os arranjos culturais que oferecem significações para a produção e para o consumo de determinados tipos de produtos ou serviços. A indústria de produtos e serviços fúnebres está então imersa na cultura e por consequência é o ponto de referência para o entendimento das relações sociais e culturais.

3.2. A Empresariação do Morto no Brasil

Conforme já foi ressaltado, desde o século XIX, existiam no Brasil profissionais e instituições envolvidas no processo do morrer⁵⁸. Os coveiros, pedreiros, carpinteiros, armadores, campeiros, cirieiros, comerciantes de tecidos, alfaiates, músicos, padres, frades, sacristão e sineiros, eram especialistas que ofertavam produtos e serviços fúnebres, tais como: encomendações da alma, acompanhamento do defunto, missas, dobrés, músicas, transporte de objetos, mortalha, aluguel da segue, aluguel da tumba, castiçais, tocheiros, necrológios, incensos, velas, etc.

Mas, foi somente a partir da segunda metade do século XX (precisamente após a década de 80) que o processo do morrer se empresariou no Brasil, com o surgimento dos chamados “Grupos”. Os Grupos são empresas privadas que iniciaram suas atividades administrando algum empreendimento fúnebre (normalmente um cemitério ajardinado-parque ou uma funerária). Com a modernização dos espaços tanáticos surgiu a ideia de agregar e centralizar todos os empreendimentos fúnebres (funerárias, cemitérios parques, floriculturas, etc.) em uma única empresa, que passou a atuar com a finalidade de dar conta de todo processo do morrer: o antes (com o *preplaning funeral*), o durante (com o serviço funeral) e o depois (com os serviços de assistência ao luto).

Foi a partir dos Grupos que o segmento fúnebre do Brasil virou empresarial. Estamos, portanto diante do empresariar do morrer, que está relacionado ao desenvolvimento da indústria fúnebre na sociedade de consumo, quando o morrer foi percebido como um negócio rentável que deve ser vendido e consumido.

O Grupo Vila, por exemplo, é um dos maiores e mais antigo Grupos do segmento funerário do Nordeste, que iniciou suas atividades por volta da década de 90 no Estado do Rio Grande do Norte. Os sócios-proprietários atuavam no ramo fúnebre desde o ano de 1948 administrando a Funerária São Francisco, na cidade de Natal/RN. No ano de 1993 foi inaugurado o Cemitério Morada da Paz, e em 1996 o Cemitério Parque da Passagem, ambos

⁵⁸ As Associações Corporativas ou Confrarias são exemplos de instituições envolvidas com o mercado funerário no Brasil do século XIX. As Irmandades ou Ordens Terceiras, como eram conhecidas essas Confrarias, eram formadas, na grande maioria, por pessoas leigas, e para que funcionassem era necessário primeiramente encontrar uma igreja que as acolhessem, em seguida elaboravam-se os estatutos que deveriam ser aprovados por autoridades eclesiásticas. Os irmãos, como eram conhecidos os associados das Confrarias, tinham o dever de demonstrar bom comportamento, devoção católica, pagar anuidades e participar das cerimônias civis e religiosas. Dentre as tarefas desenvolvidas pelas Confrarias uma das mais importantes era a organização dos funerais de seus associados. A atuação das irmandades ou ordens terceiras no Brasil do século XIX foi analisada por Reis (1991).

em estilo parque na cidade de Natal, e no ano de 1994 foi criado o Plano Safra de Assistência Familiar, atualmente conhecido por Sempre: Proteção Familiar. Em 1998 foi criado um Centro Funerário composto por funerária, salas para velório, lanchonete, floricultura e tanatôrio, no ano de 2003 o Grupo Vila expandiu suas atividades para a cidade de Recife, no Estado de Pernambuco, inaugurando o Cemitério Morada da Paz. Atualmente o Grupo possui ainda empreendimentos: nas cidades de Mossoró e Caicó, no Estado do Rio Grande do Norte, possuindo lojas do plano Sempre; nas cidades de João Pessoa e Campina Grande, no Estado da Paraíba, com as lojas do Plano Sempre e uma funerária com salas de velório; na cidade de Recife, no Estado de Pernambuco, administra o Cemitério Morada da Paz e uma afiliada do Plano Sempre. Na cidade de Natal, no Estado do Rio Grande do Norte, administra dois cemitérios parques: o Morada da Paz e o Parque da Passagem, o Centro São José, a funerária São Francisco, e o plano Sempre que é associado à uma clínica de assistência médica e odontológica: a Clínica Multifan.

Já o Grupo Parque das Flores é uma empresa que atua no ramo da morte no Estado de Alagoas. A ideia de criar um Grupo para atuar no segmento funerário surgiu a partir do empreendimento do Campo Santo Parque das Flores, um cemitério estilo parque, inaugurado em 1973⁵⁹. No ano de 1999 o cemitério sofreu uma reforma e, a partir daí, nasceu a ideia de agregar novos empreendimentos fúnebres com a finalidade de ofertar produtos e serviços dentro da lógica da modernização dos espaços tanáticos, conforme apontou um dos atuais Diretores do Grupo Parque:

A gente imaginava cemitério, só cemitério, mas quando a gente começou a prestar um bom serviço no cemitério e verificamos, por exemplo, que a funerária ou o pessoal da funerária chegava lá descalço, de sandália, bêbado, sem menor condição. O plano funerário que já existia, era num carro velho, caindo aos pedaços, sem dar assistência. A floricultura não sabia fazer coroas. Então a gente viu que como é que a gente iria prestar um bom serviço com o cemitério, mas a gente ia ficar uma ilha, isolada e todos nossos fornecedores de serviços não estavam aptos. Então ai nós fizemos. Compramos a funerária São Matheus, que hoje a gente tem setenta por cento dela. Implantamos o plano funerário. Botamos uma Central de Velórios, a floricultura é nossa também. Por quê? Pra criar o mesmo padrão de qualidade, que o da gente, a gente chama “dignidade e respeito” para todos esses setores, entendeu? Então essa foi a evolução, isso em oito anos. Que foi em 2000. A gente começou em janeiro de 2000. A gente foi pra lá [em Natal, visitar o Grupo Vila] em setembro de 99, para estudar como era, até dezembro. E realmente primeiro de janeiro de 2000 foi que a gente começou a fazer gestão, a trabalhar.

A Funerária São Matheus já existia?

Já existia há mais de dez anos e nós compramos setenta e cinco por cento. Nós escolhemos no mercado quem seria a melhor pessoa, que mais tinha conhecimento sobre funerária. Era o Zé Luís, que era o antigo proprietário. Aí nós absorvemos setenta e cinco por cento dessa empresa. O plano não, nós não tínhamos planos, que a gente viu que nenhum poderia ser comprado. Aí a gente implantou o nosso plano.

⁵⁹ A história do campo santo Parque das Flores da cidade de Maceió foi abordada no capítulo 2.3., intitulado “Modernização dos espaços tanáticos”.

Floricultura? Nós também implantamos a nossa floricultura. Aí compramos em Palmeira dos Índios o cemitério de Palmeira e compramos agora, há pouco tempo, tem um ano, o cemitério de Arapiraca.

(Entrevista com Cláudio Bentes, realizada em 10 de novembro de 2008)

Atualmente o Grupo Parque das Flores administra vários empreendimentos fúnebres: uma funerária, duas floriculturas, uma central de velório, uma empresa de planos assistenciais funerários e cemitérios.

A Funerária São Matheus opera há mais de vinte anos no mercado funerário atendendo todo o Estado de Alagoas. Dispõe de uma equipe de profissionais trabalhando durante vinte e quatro horas, para tomar todas as providências para a realização de um sepultamento. Os agentes fúnebres trabalham em dois turnos: diurno e noturno, revezando em equipes de quatro agentes fúnebres e um supervisor no turno da manhã, e três agentes fúnebres e dois auxiliares no durante a noite. No caso de surgir algum óbito durante esse período, uma equipe composta por dois agentes fúnebres é deslocada para realizar a preparação do cadáver. A Funerária São Matheus possui hoje a maior frota de carros funerários do Estado de Alagoas, realizando traslados estaduais, nacionais e internacionais.

A floricultura Flores do Parque está localizada nas dependências do cemitério Parque das Flores e a floricultura Flores Vida está localizada na Central de Velórios, ambas, oferecem trabalhos em flores, arranjos, buquês e coroas.

A Central de Velórios é um produto do plano assistencial funerário do Grupo Parque das Flores, já que toda a sua estrutura é voltada para atender aos clientes destes planos, tanto na assistência ao óbito dos associados do plano PréVida ou Previparq das Flores, quanto na oferta do espaço para velar os mortos até o momento do sepultamento. As capelas velatórias da Central de Velório também são alugadas para velar óbitos que não fazem parte do grupo de associados dos planos assistenciais funerários.

Com o slogan “cada coisa no seu lugar”, o Grupo Parque das Flores criou a Central de Velórios que contribuiu para uma nova cultura fúnebre, já que grande parte dos velórios era realizada nas residências, pois as poucas capelas velatórias existentes nos cemitérios públicos da cidade de Maceió não conseguiam suprir a demanda. Assim, o ritual de velar os mortos nos espaços dos vivos (as residências) foi, aos poucos, dando lugar para outro tipo de ritual: o de velar os mortos nos espaços destinados para os mortos (as capelas velatórias). O atual Diretor do Grupo Parque das Flores relatou a ideia de criar a Central de Velórios:

A Central de Velórios. Nós víamos o seguinte, que aqui as capelas dos cemitérios não davam o menor conforto e ainda não dão hoje. E as pessoas iriam ser veladas nas residências. Eu fico imaginando qual fica a última imagem daquela família de uma pessoa ser velada na sua sala que você vê televisão todo dia, uma mãe ou uma filha, eu acho que aquilo deve ser o pior, eu acho que o grande equívoco ainda é

alguém fazer isso, porque eu acho que isso não é saudável para as pessoas. Porque você viveu feliz, cinquenta, sessenta, setenta ou quantos anos for, mas eu garanto que o que vai marcar vai ser aquele cheiro, aquela imagem que vai ficar, porque o enterro tem muito cheiro característico por causa da flor, por causa da madeira, o próprio corpo. E a gente colocou essa Central de Velórios nessa intenção. Nós estamos fazendo um cemitério no [bairro] Benedito Bentes agora, vão ser mais quatro salas de velação lá, de velório. Nós temos quatro no parque e nós temos cinco aqui [na Central de Velórios]. Nós temos quatro em [na cidade de] Arapiraca e três em [na cidade de] Palmeira [dos Índios]. Então no Estado de Alagoas nós vamos ter quatro, oito, doze, dezessete, dezenove, vinte salas de velório que dá pra assistir toda a população alagoana. Pra ninguém fazer isso, porque isso, eu ainda acho que isso, apesar de ter um número grande ainda viu? De fazer velórios nas residências, isso é um equívoco. Porque não é saudável isso.

(Entrevista com Cláudio Bentes, realizada em 10 de novembro de 2008)

A Central de Velórios está localizada num espaço físico que compreende o escritório, a área administrativa, uma lanchonete, banheiros, a floricultura Flores Vida e seis capelas velatórias. Possui uma equipe de vinte agentes funerários que trabalham por equipe nos períodos diurnos e noturnos, cada equipe é composta por cinco agentes funerários, sendo que apenas dois são deslocados para atender algum óbito. Das seis capelas velatórias da Central de Velórios, cinco são conhecidas como capelas simples que compreendem uma pequena sala aberta onde são colocados os paramentos e o caixão, e uma das capelas é conhecida por *vip* por ser totalmente fechada e climatizada artificialmente com ar-condicionado. As capelas da Central de Velórios recebem uma média de cinco ou seis óbitos por dia, quase cento e sessenta óbitos mensais.



Fotografia 19: Parte interna de uma das capelas da Central de Velórios equipada com paramentos para receber um velório de religião católica.



Fotografia 20: Parte interna de uma das capelas da Central de Velórios equipada com paramentos para receber um velório de religião evangélica.



Fotografia 21: Parte externa de uma das capelas da Central de Velórios.



Fotografia 22: Parte externa de uma das capelas da Central de Velórios.



Fotografia 23: Parte externa da Central de Velórios.



Fotografia 24: Parte externa da Central de Velórios.

O Previparq é uma empresa que administra planos de assistência funeral, que são adquiridos preventivamente através do pagamento de uma taxa mensal que assegura ao associado e aos beneficiários do plano (familiares e agregados) toda assistência no momento em que vierem a falecer. Essa assistência funeral compreende a obtenção do registro de óbito em cartório; a liberação dos trâmites legais em hospitais, Institutos Médicos Legais ou demais locais de ocorrência do óbito; o serviço de higienização do cadáver; as despesas com taxas de sepultamento (em covas, jazigos ou catacumbas); o transporte da família ao local do sepultamento; o traslado do cadáver; a colocação do corpo morto em uma capela para

celebração da cerimônia de velório (com todos os paramentos) e a aquisição de urnas (caixões) mortuárias ornamentadas com flores e coroas de flores⁶⁰.

O plano assistencial funeral do Grupo Parque das Flores iniciou suas atividades como um plano assistencial familiar, ou seja, oferecendo aos seus associados alguns benefícios de convênios em diversos segmentos, tais como: descontos em medicamentos adquiridos nas redes de farmácia associadas ao Previparq, descontos em especialidades médicas e odontológicas na clínica médica Previmed, atendimento funeral e cobertura das despesas funerárias e seguro de vida com cobertura no valor de até um mil reais. Entretanto, a vinculação do plano funeral com plano assistencial familiar não conseguiu obter sucesso, conforme relatou um dos Diretores do Grupo Parque:

Nós começamos inclusive [como plano assistencial familiar]. É porque se você não sabe, talvez o grande sucesso nosso é porque todos os planos funerários tem medo, fora os nossos concorrentes, tem medo de dizer que é um plano funerário. Então eles inventam uma desculpa dizendo que é um plano assistencial, inventa que dá médico, que dá desconto, o que é uma mentira, porque é impossível médico a dezoito reais por mês para dez pessoas, qualquer pessoa um pouco inteligente vai perceber que ele está enganando esses clientes. Aí ele dá uma consulta médica muito da mixuruca que eu imagino como deve ser, uma vez por ano, para o titular. Então ele não quer assumir, tem medo de assumir que é um plano funerário e diz que é um plano assistencial. Talvez a nossa verdade é que tenha feito a gente crescer tanto, porque nós sempre oferecemos. Depois que a gente mudou, porque nós começamos a mesma coisa, como todos outros. Era o Previparq, mostrando uma pessoa comprando, a primeira propaganda a pessoa comprando no *shopping*, uma ambulância passando. Então a gente mascarava o plano e quando a pessoa ia utilizar, e não ia utilizar médico, e não era bem assistido, quando ia o desconto, a farmácia dava o mesmo desconto para outra pessoa, então descaracterizava aquela propaganda, e a gente apanhou nisso no início tá. Aí nós lançamos o produto PréVida. É plano funerário. Foi quando estourou o sucesso nosso. Porque isso ainda hoje, até os nossos concorrentes, até o [Grupo] Vila ainda diz que é plano assistencial, ele dá médico e tal. Isso é um equívoco porque, por exemplo, por lei a gente não pode nem dar médico. E qualquer pessoa de sã consciência sabe que é impossível dar um plano funerário e ainda dizer que tem médico por dezoito reais ou quinze reais. Impossível. É conta matemática, está enganando alguém e nós não queremos enganar ninguém. Se no futuro nós viemos a dar algum benefício ao nosso cliente é porque a gente já vai estar em condições de dar o benefício, aí sim, um desconto privilegiado.

Mas sempre divulgando como plano funerário?

Como plano funerário. Como a gente tem hoje uma carteira hoje de quarenta mil pessoas, a gente tem uma carteira grande, aí alguns fornecedores podem querer fazer uma parceria. Mas nunca mentir ao cliente que isso não é um plano funerário. Isso é um plano funerário. Agora eu tenho uma multidão de gente no plano que aí diz: “O que é que você pode me dar para esse meu cliente?” É bem diferente, do que enganar e dizer eu tenho um plano médico, eu tenho um plano disso, eu tenho plano de viagem. Tudo mentira dessa pessoa.

(Entrevista com Cláudio Bentes, realizada em 10 de novembro de 2008)

⁶⁰ Alguns planos de auxílio funeral no Brasil oferecem ainda convênios com clínicas médicas, laboratórios, farmácias, óticas, etc. para que seus associados obtenham descontos em consultas, exames ou quaisquer outros procedimentos.

O plano Previparq compreende três tipos de planos assistenciais funerários: o PréVida, o Previparq das Flores e o Previparq do Agreste. O PréVida é um plano destinado a atender a uma camada da sociedade de pouca renda financeira que sepultará seus falecidos em cemitérios públicos (caso o associado deseje sepultar em cemitério particular terá que arcar com as despesas) e velará na Central de Velórios ou na residência (caso o associado deseje velar o corpo em outro local, deverá arcar com as despesas). Através do pagamento de uma taxa mensal de quinze reais⁶¹ o associado e os dependentes terão direito aos seguintes serviços:

1. Urna mortuária envernizada com sobre-tampo em alto relevo, modelo com visor, alça tipo varalzinho, forrada em tnt, com babado e renda, no tamanho adequado à necessidade, modelo especificado pelo código 010VR;
2. Higienização do corpo;
3. Vestimenta social (homem: terno/ mulher: tailleur);
4. Ornamentação da urna, com três pacotes de flores naturais;
5. Véu para ataúde;
6. Montagem de paramentos conforme credo religioso;
7. Pó de café (250g), biscoitos Maizenas (500g) e biscoitos Cream Cracker (500g), fornecidos quando o velório for em residência;
8. Botijão de vinte litros de água com suporte e cem copos descartáveis, fornecidos quando o velório for em residência;
9. Taxa de sepultamento em cemitério público;
10. Assessoria para obtenção da certidão de óbito;
11. Taxa de velório em cemitério público municipal (quando esta acontecer fora da cidade de Maceió);
12. Traslado em todo o Estado de Alagoas;
13. Carro funerário;
14. Carros para deslocamento de até dezesseis pessoas, indicadas pelo titular ou responsável, saindo de um único local, ida e volta, até o velório ou até o local de sepultamento. Este serviço estará disponível apenas para a cidade de Maceió.
15. Capela na Central de Velório Previparq;

⁶¹ No ano de 2007 o valor da mensalidade do PréVida passou a custar dezoito reais, atualmente o valor da mensalidade é de vinte e quatro reais.

16. Pagamento da taxa da Missa de Sétimo dia (de acordo com a religião), na igreja escolhida pelo responsável ou titular. O PréVida apenas efetuará o pagamento da taxa da Missa quando esta for Missa Comunitária⁶².

O plano assistencial PréVida presta serviços de assistência funeral ao associado (denominado no contrato de prestação de serviços de assistência funeral como contratante ou titular, e conhecido popularmente por associado ou cliente) aos seus dependentes e aos seus agregados. O contratante ou titular deve ser uma pessoa maior de dezoito anos de idade, caso esteja acima de sessenta e cinco anos, será cobrada uma taxa de adesão no valor de duzentos reais. São considerados dependentes do titular o “esposo(a), companheiro(a), pais, sogros e filhos(as), solteiros até 24 anos, filhos solteiros a partir de 25 anos que comprovem residir com os pais através de um comprovante de residência em seu nome, filhos com deficiência mental sem limite de idade, desde que formalmente comprovado”⁶³. Os agregados compreendem “quaisquer pessoas com ou sem grau de parentesco com o titular”⁶⁴. Os serviços adquiridos através do contrato de prestação de serviços de assistência funeral do plano PréVida têm uma carência de noventa dias após a assinatura do contrato, caso o titular,

⁶² Informações contidas na cláusula 2º do Contrato de Prestação de Serviços de Assistência Funeral Plano PréVida. O § 1º da cláusula 2º do Contrato de Prestação de Serviços de Assistência Funeral Plano PréVida ressalta que: “O presente contrato não comprehende a concessão nem direito a terrenos em cemitérios públicos ou privados, nem tampouco a construção de jazigos e gavetas, bem como não abrange sepultamento de membros amputados”. E o § 2º da cláusula 2º do Contrato de Prestação de Serviços de Assistência Funeral Plano PréVida ressalta que: “Na hipótese do CONTRATANTE desejar alterar o padrão dos itens arrolados na cláusula 2º retro mencionado, optando por um padrão superior da URNA MORTUÁRIA e ou demais artigos e serviços não previstos nesta cláusula, serão os mesmos cobrados diretamente do CONTRATANTE”.

⁶³ Informações contidas na cláusula 3º do Contrato de Prestação de Serviços de Assistência Funeral Plano PréVida.

⁶⁴ Informações contidas na cláusula 3º do Contrato de Prestação de Serviços de Assistência Funeral Plano PréVida. O § 1º da cláusula 3º do Contrato de Prestação de Serviços de Assistência Funeral Plano Pré-vida ressalta que: “O número total de dependentes inscritos neste contrato não poderá ultrapassar a 9 (nove)”. O § 2º da cláusula 3º do Contrato de Prestação de Serviços de Assistência Funeral Plano PréVida ressalta que: “No caso do falecimento do TITULAR (Contratante), o presente CONTRATO deverá ser respeitado em todos os seus termos por uma das pessoas inscritas, podendo quaisquer dos dependentes e/ou agregados dar continuidade ao presente contrato com os mesmos direitos e obrigações, cumprindo o tempo vigente deste”. O § 3º da cláusula 3º do Contrato de Prestação de Serviços de Assistência Funeral Plano PréVida ressalta que: “Os inscritos neste contrato não poderão ser substituídos em hipótese alguma, e somente poderá(ão) ser acrescentado(s) filho(s) nascidos e ou adotados após a assinatura do presente contrato, com a apresentação da CERTIDÃO DE NASCIMENTO ou DOCUMENTO DE ADOÇÃO”. O § 4º da cláusula 3º do Contrato de Prestação de Serviços de Assistência Funeral Plano Pré-vida ressalta que: “O titular do plano poderá na aquisição, ou a qualquer tempo, nomear para fazer parte integrante do plano até 03 (três) agregados, que deverão pagar as taxas de manutenção, na forma abaixo discriminada: a) Cada agregado pagará por mês a quantia equivalente a 20% (vinte por cento) do valor da taxa de manutenção vigente, sendo o pagamento de tais quantias de responsabilidade do titular do plano, a título de taxa de agregado. Quando o agregado tiver mais de 65 anos a taxa será de 50% do valor pago como taxa de manutenção. b) A taxa de agregado especificada no item “a” acima, será cobrada mensalmente através do boleto bancário ou cartão de crédito, em conjunto com a taxa de manutenção do titular.”

um dos dependentes ou um dos agregados possua idade acima de oitenta anos, a carência é de cento e oitenta dias.

Em três anos de funcionamento o plano assistencial funerário PréVida passou de dez mil associados para um total de duzentos e dez mil, novecentos e trinta e um associados (incluindo titular, dependentes e agregados), equivalendo a um aumento de mais de dois mil por cento do número pessoas que deverão ter assistência funeral fornecida pelo Plano PréVida.

O Previparq das Flores e o Previparq do Agreste são planos destinados a uma camada da sociedade de maior renda financeira que sepultará seus falecidos nos cemitérios parques do Grupo Parque das Flores (o Previparq das Flores é um plano para os associados adquiriram jazigo no Campo Santo Parque das Flores, na cidade de Maceió e o Previparq do Agreste é um plano para os associados que residem no interior de Alagoas e que adquiriram jazigo no Campo Santo Parque do Agreste, na cidade de Palmeira dos Índios). O plano Previparq divide-se em três tipos de planos:

- O Plano Rubi: o associado pagará uma quantia mensal de trinta reais para o associado, dependentes e agregados terem direito a uma urna tipo padrão médio luxo, ao uso das capelas dos cemitérios parques, ao traslado em todo o Estado, a ornamentação da urna mortuária, aos serviços de tanatopraxia e de assessoria cerimonial, e as taxas de sepultamento nos cemitérios parques (taxa de sepultamento, taxa de confecção das gavetas (jazigos) e placas (lápides)).
- O Plano Esmeralda: o associado pagará uma quantia mensal de quarenta reais para o associado, dependentes e agregados terem direito a uma urna tipo padrão luxo, ao uso das capelas dos cemitérios parques, ao traslado em todo o Estado, a ornamentação da urna mortuária, aos serviços de tanatopraxia e de assessoria cerimonial e as taxas de sepultamento nos cemitérios parques (taxa de sepultamento, taxa de confecção das gavetas (jazigos) e placas (lápides)).
- O Plano Diamante: o associado pagará uma quantia mensal de sessenta reais para o associado, dependentes e agregados terem direito a uma urna tipo padrão super luxo, ao uso das capelas dos cemitérios parques, ao traslado em todo o Estado, a ornamentação da urna mortuária, a uma coroa de flores, aos serviços de tanatopraxia e de assessoria cerimonial e as taxas de sepultamento nos cemitérios

parques (taxa de sepultamento, taxa de confecção das gavetas (jazigos) e placas (lápides)).

O que diferencia o valor de cada tipo de plano do Previparq das Flores são os modelos de urna funerária que serão utilizadas para sepultar os beneficiários dos planos, conforme relatou uma das Executivas de Vendas do Campo Santo Parque das Flores:

Vamos supor... Aquele plano rubi que cobre urna de até mil e setecentos, mil e oitocentos reais, tem vários modelos [mostra livro que contém fotografias dos modelos de urnas funerárias que são usadas em cada tipo de plano do Previparq das Flores] Entendeu? Tem vários modelos. Tem o modelo branco, branco que eu digo é numa madeira mais branca, tem aquela madeira trabalhada, escura, envernizada, tem para pessoas que não tem religião nenhuma, são agnóstico que eles falam, então para pessoas agnósticas não tem emblema nenhum. Para aquelas pessoas que são católicas aí já vem o Cristo, imagens de Nossa Senhora, vem uma imagem do terço, tem talhada. Para as pessoas que são evangélicas geralmente eles optam pela Bíblia ou então uma pomba da paz, uma pombinha. Então tem o mostruário com esses tipos, aí a pessoa na hora é que vai escolher. Aí vem os padrões, têm esses padrões do rubi que é um padrão [de caixão] de até mil e setecentos reais, o esmeralda que é o de quarenta reais, que é um padrão [de caixão] que vai até dois mil e quinhentos reais o valor da urna, e vem o padrão diamante que são aquelas urnas mais caras até de quatro mil e quinhentos reais e tem a presidencial que vai até seis mil reais.

Ainda tem essa presidencial?

Tem a presidencial⁶⁵. Só que a gente não tem plano para ela, ela é uma urna que se você quiser comprar é por fora, ou se você tiver pagando esse plano diamante na hora você tem direito a uma urna de até quatro mil e quinhentos e se você quiser levar uma mais cara que é a presidencial você vai complementar a diferença no valor dessa urna, entendeu?

E tem também as capelas?

Esse plano ele vai cobrir tudo. Esse plano ele vai cobrir. Porque quando você compra uma área [um jazigo no cemitério Parque das Flores], quando você tem a concessão [do jazigo], é como eu te falei, ela [a área do jazigo adquirido] não foi cavada, não foi usada, quando você aciona o Parque [o cemitério Parque das Flores] para fazer uso da área [jazigo] essa área [jazigo] vai ser cavada. Como a gente não enterra diretamente na terra, a gente tem umas gavetas de pré-moldado, então essas gavetas são cobertas por aquele plano.

O plano dá direito a isso também?

É esse plano Previparq que dá direito a urna, as capelas.

Custa quinhentos e oitenta reais o valor para abrir um jazigo e confeccionar as gavetas não é?

É. Quinhentos e oitenta para abrir.

Se não tiver o plano você paga esse valor?

Se não tiver o plano é que você paga esse valor. Mas se você tiver esse plano, você só é ligar que você tem tudo. Você tem a necromaquiagem, você tem a tanatopraxia que é a retirada do líquido pra que você não fique no dia do sepultamento não fique [pausa]. Porque quando a gente morre, você deve saber mais do que eu, existe um monte de germes, bactérias, vermes, eles não morrem, eles só morrem depois que a gente morre, quer dizer eles nem morrem, eles tentam sair para encontrar outro hospedeiro, é nessa saída que nesse meio ele não sobrevive então quando a gente está lá morto, se não tapar o fiofó [ânus] [risos], as orelhas, o ouvido, o nariz e a

⁶⁵ O modelo de urna chamado de presidencial pelos Executivos de Vendas do plano Previparq das Flores é o modelo de urna norte-americana conhecido por *casket*, caixões com abertura na parte superior. Os modelos e a história do surgimento dos *caskets* foram abordados no capítulo 3.1., intitulado: “3.1. Indústria do funeral norte-americana”.

boca, os olhos, eles ficam saindo. Tem funerária que arrocha algodão, fica aquela coisa [faz a cara de enojada] [risos]. Aí, no caso da funerária São Matheus que é a funerária que presta esse serviço [para o plano Previparq], que faz essa tanatopraxia, eles colocam um material tipo um veda-rosca, uma massa, lá no finalzinho, lá pra dentro, aí você não vê, quando você olhar vai está tudo. O lábio eles costuram por dentro ou colam, a boquinha fica tapadinha, na orelha é a mesma coisa, é esse tipo de material coloca lá dentro.

Para dar tempo daquele corpo não extravasar

Para dar tempo. Para você não ver, aí você fica normal. E tem ainda o trabalho da necromaqüagem. Eles fazem também reconstituição também facial. Tem pessoas que morrem de afogamento e até achar ou não a parte do rosto eles reconstroem.

Isso é feito aonde?

Isso é feito lá na [funerária] São Matheus.

(Entrevista com Orquídea, realizada em 05 de março de 2008)

Todos os tipos de planos do Previparq das Flores possuem uma carência de noventa dias, mas caso um dos beneficiários tenha acima de oitenta anos de idade, a carência aumenta para cento e oitenta dias. Para todos os tipos de planos o titular pode incluir nove dependentes e três agregados. São considerados dependentes: os cônjuges, filhos, pais e sogros. Para cada agregado o titular pagará uma taxa suplementar de vinte e cinco por cento do valor total da mensalidade.

Os cemitérios estilo parque que fazem parte do Grupo Parque das Flores são: Campo Santo Parque do Agreste, na zona rural do município de Palmeira dos Índios, que possui capelas velatórias, estacionamento, floricultura e lanchonete, e o Campo Santo Parque das Flores, localizado na cidade de Maceió⁶⁶. O Grupo Parque das Flores irá implantar mais dois cemitérios estilos parques, um localizado no bairro do Benedito Bentes, na cidade de Maceió e outro localizado na cidade de Arapiraca.

Os jazigos nos cemitérios do Grupo Parque das Flores são adquiridos na forma de uma concessão:

Depois que a gente vende a área [o jazigo], a gente explica que ele [o comprador/cliente] está comprando uma área que na realidade ele está recebendo, a gente chama de concessionário. Ele tem a concessão de uso de um espaço aqui nesse campo [no cemitério], na realidade ele não é dono, ele é um concessionário, ele tem o direito de usar um pedaço aqui, ele tem a concessão, o parque é que é o dono de toda a área e ele tem a concessão de usar aquele pedaço que nunca foi cavado, nunca foi usado, que quando isso vai ser feito há o procedimento de usar aquela área ali, existe toda uma despesa que envolve aquilo ali.

(Entrevista com Orquídea, realizada em 05 de março de 2008)

⁶⁶A história do Campo Santo Parque das Flores da cidade de Maceió foi abordada no capítulo 2.3., intitulado: “Modernização dos espaços tanáticos”.



Fotografia 25: Folder do Plano Assistencial Funerário PréVida.

The folder for Previparq's funeral assistance plan is divided into three columns, each representing a different plan level:

- Plano Rubi:** Represented by a red gemstone. It includes services like "Urna padrão médio luxo", "Capela do Parque das Flores", and "Translado em todo Estado". The monthly price is R\$ 30,00 mensais. Terms and conditions: * Pessoas acima de 80 anos carência de 180 dias; ** Corujas, lítico, pale e exumas; *** Taxa suplementar por agregado de 25% da mensalidade.
- Plano Esmeralda:** Represented by a green gemstone. It includes services like "Urna padrão luxo", "Capela do Parque das Flores", and "Translado em todo Estado". The monthly price is R\$ 40,00 mensais. Terms and conditions: * Pessoas acima de 80 anos carência de 180 dias; ** Corujas, lítico, pale e exumas; *** Taxa suplementar por agregado de 25% da mensalidade.
- Plano Diamante:** Represented by a large white diamond. It includes services like "Urna padrão super luxo", "Capela do Parque das Flores", and "Translado em todo Estado". The monthly price is R\$ 60,00 mensais. Terms and conditions: * Pessoas acima de 80 anos carência de 180 dias; ** Corujas, lítico, pale e exumas; *** Taxa suplementar por agregado de 25% da mensalidade.

Fotografia 26: Folder do Plano Assistencial Funerário Previparq.

Os jazigos ainda podem ser adquiridos na forma imediata ou preventiva. A imediata ocorre quando é constatado algum óbito e a família deseja adquirir imediatamente a concessão do jazigo para o sepultamento; a preventiva ocorre quando não há nenhuma necessidade imediata de utilização do jazigo. A tabela a seguir demonstra os valores relativos ao uso imediato e preventivo.

TABELA DE USO IMEDIATO				
USO EXCLUSIVO DA ADMINISTRAÇÃO DO CAMPO SANTO				
ESPECIAL	ÁREA A	ÁREA B	ÁREA C	
R\$ 8.000,00	R\$ 7.500,00	R\$ 7.000,00	R\$ 6.500,00	
TABELA PROMOCIONAL DO PARQUE DAS FLORES				
CONDIÇÕES ESPECIAIS DE PAGAMENTO (P10)				
MÉDIA	ESPECIAL	TIPO A	TIPO B	TIPO C
À VISTA		R\$ 6.783,00	R\$ 6.283,00	R\$ 5.783,00
PAG. 1X	DESC. 33%	R\$ 4.544,61	R\$ 4.209,61	R\$ 3.874,61
		R\$ 4.544,61	R\$ 4.209,61	R\$ 3.874,61
PAG. EM 10X	DESC. 23%	R\$ 5.222,90	R\$ 4.837,90	R\$ 4.452,90
		R\$ 522,29	R\$ 483,79	R\$ 445,29
PAG. EM 20X	DESC. 14%	R\$ 5.833,40	R\$ 5.403,40	R\$ 4.973,40
		R\$ 291,67	R\$ 270,17	R\$ 248,67
PAG. EM 30X	DESC. 10%	R\$ 6.104,70	R\$ 5.654,70	R\$ 5.204,70
		R\$ 203,49	R\$ 188,49	R\$ 173,49
PAG. EM 40X	DESC. 5%	R\$ 6.444,00	R\$ 5.968,80	R\$ 5.494,00
		R\$ 161,10	R\$ 149,22	R\$ 137,35
				R\$ 125,47

*Tabela (P10) com desconto é proibida para vendas em caráter imediato.

Solicite a visita de um dos nossos executivos e consulte condições e planos especiais.

Vendas 338 9860

Fotografia 27: Folder da tabela com os valores dos jazigos imediatos e preventivos do Campo Santo Parque das Flores.

Ao adquirir a concessão de jazigo na forma preventiva nos cemitérios do Grupo Parque das Flores, o concessionário deve esperar um prazo de sete dias para fazer uso da área. Esse prazo, denominado de carência, ocorre porque caso se deseje utilizar a área antes, o valor da concessão do jazigo passará a ser considerado como imediato. Passado o prazo da carência e o concessionário necessite utilizar a área (o jazigo) deverá ainda antecipar trinta por cento

do valor total do jazigo, o que acarreta uma antecipação de doze parcelas, equivalente a um ano de pagamento, conforme explicou uma das Executivas de Vendas:

Fazendo a compra no parcelamento em quarenta vezes o que se exige? Vamos supor, o prazo é de sete dias para fazer o uso. Vamos dizer, daqui a uma semana faleceu alguém da família, o que é que se pede? Que se antecipe trinta por cento do valor dessa área, os trinta por cento acarreta doze parcelas, aí antecipa doze parcelas do carnê de trás para frente e já pode fazer o uso do jazigo. Mas no caso aqui é só o terreno, o terreno é o terreno puro, precisando fazer uso, precisa que se coloquem as duas gavetas de concreto armado. Essas duas gavetas ela está no valor de quinhentos e oitenta reais.

Quer dizer que para usar o jazigo precisa adquirir as gavetas?

Para usar precisa das gavetas, que são duas gavetas de concreto armado que servem para a vida toda. São colocadas lá.

Caso o cliente termine de pagar os quarenta meses do jazigo, e necessite usar terá que pagar esse valor de quinhentos e oitenta reais?

Não. As gavetas você precisou, fez o uso do jazigo, elas são colocadas lá depois você não vai pagar mais nada, é uma taxa única.

Só vai pagar a taxa de manutenção?

É. Essa aqui [as gavetas] é uma taxa única.

A primeira vez que for usar terá que pagar?

Só a primeira vez você vai ter que pagar essa taxa, só o primeiro uso, só no primeiro uso. Agora nós temos a taxa de manutenção que está no valor atual de [pausa]. Esse ano está de cento e noventa e oito [reais]. Em 2006. Mas a partir de 2007 ela está em duzentos e cinco [reais], certo? No ano que vem ela vai estar nesse valor aqui, duzentos e cinco [reais]. Essa taxa de manutenção ela é anual, é por ano.

O valor pode ser dividido também?

É. Você pode pagar ela de uma vez só esse valor, você pode pagar em duas vezes. Parece que é duas de cento e cinco [reais] e pode pagar em doze vezes, doze vezes de vinte reais, referente a taxa de manutenção.

(Entrevista com Tulipa, realizada em 04 de abril de 2008)

As taxas para utilização e preservação do jazigo compreendem o valor da concessão; a taxa de confecção das gavetas para o jazigo⁶⁷, no valor de quinhentos e oitenta reais; a taxa anual de manutenção do jazigo, no valor de duzentos e cinco reais, sendo que esse valor pode ser dividido em duas parcelas de cento e cinco reais, perfazendo um total de duzentos e dez reais, ou doze parcelas de vinte reais, perfazendo um total de duzentos e quarenta reais. Além disso, caso o concessionário deseje utilizar as capelas velatórias do cemitério Parque das Flores é necessário alugá-las, sendo duzentos reais para as capelas normais e duzentos e quarenta reais para a capela vip.

Outro serviço muito utilizado por quem adquire jazigo nos cemitérios do Grupo Parque das Flores é o da exumação, que ocorre quando o concessionário precisa reutilizar uma das gavetas. Caso já exista um corpo sepultado na área, antes da realização de um novo sepultamento, o concessionário solicita da administração do cemitério a retirada dos ossos do corpo que se encontra sepultado, que só poderá ser retirado depois de completado três anos da

⁶⁷ As gavetas são as placas de concreto armado que são inseridas nos jazigos virgens para que estes se tornem jazigos preparados. A confecção das gavetas foi apresentada no capítulo 2.2., intitulado: “Os sepultamentos nos parques”.

data do óbito, e, caso o corpo tenha recebido formol, só poderá ser exumado após seis ou dez anos.

Quando os restos mortais são retirados da sepultura, são limpos e inseridos dentro de um saco de lona branco que é lacrado e identificado por um pequeno crachá com a identificação (nome, data de nascimento e data de falecimento). O saco de lona pode ser colocado dentro de uma pequena urna funerária apropriada para recepção dos restos mortais. O ritual de exumação deve ser assistido por pelo menos duas pessoas que tenham laços familiares com o morto que está sendo exumado. Para realização deste ritual o concessionário deverá desembolsar uma taxa no valor de cem reais. Depois de exumado, os restos mortais são recolocados na gaveta de baixo da sepultura.



Fotografia 28: retirada dos restos mortais realizado no ritual de exumação



Fotografia 29: restos mortais (ossada) já retirados da sepultura, colocados num saco de lona e recolocados no jazigo.

O Grupo Parque das Flores possui atualmente cerca de duzentos e cinquenta funcionários. Quando questionado sobre o que garantia o sucesso da empresa no segmento funerário, o Diretor Administrativo e Financeiro do Grupo Parque respondeu:

É a qualidade dos nossos serviços. Nós entregamos um produto diferenciado em Maceió, em Alagoas, e muitas vezes, como você já viu, dentro de Alagoas, dentro do Nordeste. Então nós entregamos um produto que as pessoas são surpreendidas pela qualidade do nosso atendimento. Então hoje eu acho que o grande segredo nosso é a qualidade do nosso atendimento. Tanto no atendimento receptivo, ou seja, antes da pessoa participar da empresa, antes, quando vai comprar um jazigo ou quando vai comprar uma urna, ou quando vai comprar um plano. Esse atendimento. E o atendimento quando eu sou obrigado a entregar o serviço comprado, que aí sim, é o jazigo no parque, é a urna no São Matheus e é o serviço do plano funerário. Essa qualidade do nosso serviço é que garante esse sucesso que nós temos. Porque não adiantava a gente ter máquina de mídia, não adiantava ter a melhor propaganda, nada disso ia funcionar se nós não entregássemos coisas que o cliente fica surpreendido do que recebe. Então essa dignidade e respeito que a gente entrega é mais até do que ele esperava. É isso que eu acho que é o nosso diferencial.

(Entrevista com Cláudio Bentes, realizada em 10 de novembro de 2008)

O fato é que, no final da década de 80 a morte se empresariou no Brasil a partir do surgimento dos “Grupos”, um segmento empresarial e privativo que, para se destacar perante a concorrência do ramo fúnebre, oferece vários produtos e serviços a crescente demanda de consumidores fúnebres.

3.3. Produtos e serviços diferenciados

O mercado fúnebre no Brasil compreende uma imensa gama de artigos: caixões, vestimentas, velas, urnas, flores, auto-fúnebres, candelabros, cenários, mantos, véus, paramentos (castiçais, suporte, etc.), lápides, ferramentas (agulhas, bisturis, tesouras, etc.), equipamentos (bombas injetoras e aspiradoras, luvas, batas, máscaras, esparadrapos, algodão, caixa ou sacos para ossos, suporte para cabeça, etc.), necrológios, produtos químicos e outros acessórios (terços, lenços, livros de presença, etc.). Há também uma variedade de serviços: planos de assistência funeral, assistência ao luto, eventos comemorativos, ceremoniais, preparação e higienização de cadáveres (tanatopraxia, necromaquiagem, restauração facial, etc.), trasladações, limpezas de jazigos, exumações, etc.

Essa variedade fez surgir empresas dedicadas a comercializar artigos relacionados com a atividade funerária e empresas que desenvolvem produtos para responder às necessidades do mercado fúnebre. A Funeart⁶⁸, por exemplo, é uma dessas empresas cuja área de atuação é o mercado empresarial, localizada na cidade de Biritiba Mirim, no Estado de São Paulo, tem a função de distribuir artigos funerários. A Tanatus: pioneirismo científico em tanatopraxia⁶⁹, localizada na cidade de Botucatu, no Estado de São Paulo, é especializada em tanatopraxia,

⁶⁸ A FUNEART é uma empresa que oferece produtos especializados para empresas do setor funerário através do *marketing online* que liga os consumidores (empresários do setor funerário) com os vendedores, por meio da internet. A principal ferramenta da FUNEART é o *e-commerce* ou comércio eletrônico em que o produto é oferecido por meio eletrônico e os compradores buscam informações, identificam, realizam orçamentos e fazem pedidos também via *website*. Disponível em: <<http://www.funeart.com.br>>. Acesso em 22 mai. 2008.

⁶⁹ A TANATUS: pioneirismo científico em tanatopraxia, é uma empresa que oferece produtos especializados, relacionados exclusivamente com a técnica de tantopraxia para as empresas do setor funerário através do *marketing online* que liga os consumidores (empresários do setor funerário) com os vendedores por meio da internet. A principal ferramenta da FUNEART é o *e-commerce* ou comércio eletrônico em que o produto é oferecido por meio eletrônico e os compradores buscam informações, identificam, realizam orçamentos e fazem pedidos também via *website*. Disponível em: <<http://www.tanatus.com.br/Default.aspx>>. Acesso em: 22 mai. 2008.

surgida no início do ano de 1994, oferece equipamentos, instrumentos e produtos químicos, além de assessorar e ministrar cursos na área de tanatopraxia.

Mas, com a crescente existência de empresas atuando livremente no mercado de bens e serviços fúnebres e numa época em que as novidades são copiadas rapidamente pela concorrência, as empresas ficam atentas às necessidades dos consumidores, pois são eles que irão determinar o mercado (KOTLER e ARMSTRONG, 2003, p. 190). Os atuais consumidores fúnebres têm procurado experiências diferenciadas dos serviços funerários tradicionais, eles não querem apenas produtos e serviços, mas eventos ceremoniais que tenham como foco único a pessoa que morreu: o indivíduo.

Assim, o segmento funerário tem criado produtos e serviços alternativos para se destacar e angariar maior parcela do mercado possível. Esses serviços alternativos visam a criação de eventos ceremoniais com o objetivo de tornar o funeral personalizado, refletindo o aspecto da pessoa que morreu e de sua personalidade. Dessa forma, o segmento funerário tem desenvolvido várias maneiras de personalizar os produtos e serviços fúnebres.

Os *designs* dos caixões contemporâneos não se parecem em nada com os antigos caixões de madeiras. Os novos estilos de caixões, denominados de caixões temáticos, possuem uma variedade de cores, tecidos, modelos e podem ser equipados com espumas de borrachas, espelhos e sistema de informação (sinos e fios) que permitem ao ocupante se comunicar caso ainda esteja vivo. O primeiro caixão temático foi fabricado pela empresa britânica *Vic Fearn & Company* no ano de 1990 e encomendado por uma ilustradora para sepultar sua mãe, o caixão era decorado com flores e um animal (um veado) no alto de um monte. Os caixões temáticos continuaram a ser produzidos pela *Vic Fearn & Company* e recentemente foram exibidos numa exposição itinerante intitulada *crazy coffins*. (Disponível em: <<http://www.crazycoffins.co.uk/index.html>>. Acesso em 22 mai. 2008).

No Brasil ainda não são fabricados os caixões temáticos nos modelos produzidos pela *Vic Fearn & Company*, entretanto as funerárias já começam a oferecer uma variedade de modelos, tipos e tamanhos baseados na lógica da personalização dos produtos, são caixões com símbolos de times de futebol, com imagens de santos estampadas, com acabamentos em detalhes de ouro e prata ou em cores diferenciadas (rosa, *pink*, roxo, etc.)



Fotografia 30: Modelo de caixão skate que foi encomendado pela família de um menino, que morreu aos onze anos de idade em um acidente com um skate, e foi enterrado dentro do caixão que se assemelha ao skate (Disponível em: <<http://www.crazycoffins.co.uk/index.html>>. Acesso em 22 mai. 2008).



Fotografia 31: Modelo de caixão portsmouth football club. Este modelo faz parte da estratégia de *marketing* da empresa que criou um pacote para torcedores do Clube Portsmouth, que inclui um velório no campo do time de futebol e o direito a espalhar cinzas no local (Disponível em:<<http://www.crazycoffins.co.uk/index.html>>. Acesso em 22 mai. 2008).



Fotografias 32 e 33: Modelo de caixão the ballet shoe coffin que foi encomendado por uma enfermeira que praticava *ballet*. O Caixão em forma de sapato de *ballet* é todo em cetim rosa (Disponível em: <<http://www.crazycoffins.co.uk/index.html>>. Acesso em 22 mai. 2008).



Fotografias 34 e 35: Modelo de caixão the guitar coffin. Caixão encomendado pela família de um rapaz adolescente que gostava de tocar guitarra e ao morrer em acidente doméstico, foi enterrado numa réplica de sua guitarra (Disponível em: <<http://www.crazycoffins.co.uk/index.html>>. Acesso em 22 mai. 2008).

A ideia de personalizar os funerais resultou no surgimento dos funerais tributos que tem a função de fazer com que as cerimônias se tornem mais criativas e únicas e não incidam sobre a morte, mas sobre a celebração da vida do morto, através de cerimônias que o individualizam como pessoa. Com o funeral tributo, o funeral se tornou o momento de celebrar a vida (e não a morte) de alguém através de detalhes que façam referência e possam refletir qualquer aspecto da pessoa e de sua personalidade (profissão, religião, esportes ou outros elementos que façam referência a individualidade da pessoa morta):

- **Profissão:** O serviço funeral estará totalmente voltado para incluir a vida profissional da pessoa morta. Caso o morto tenha sido um professor, por exemplo, uma série de serviços pode ser incluídos em sua cerimônia fúnebre, tais como: contratar banda ou coral da escola em que ensinou para tocar músicas; incentivar os alunos a escreverem redações sobre o professor que serão exibidas durante todo o funeral. Caso a pessoa morta tenha sido um bombeiro expõem-se seus uniformes, equipamentos, etc.
- **Religião:** O serviço funeral estará totalmente voltado para incluir aspectos da religião da pessoa que morreu. Caso a pessoa expressasse em vida alguma religião, o serviço funeral deverá incorporar sua espiritualidade, decorando o velório com símbolos de fé da pessoa, fazendo leituras de orações, tocando algumas músicas religiosas, convidando algum serviço religioso (padre, pastor, rabino) para proferir algumas palavras.
- **Prática de esportes:** O serviço funeral estará totalmente voltado para incluir aspectos que lembram a prática de algum esporte da pessoa que morreu. Caso a pessoa em vida tenha praticado algum tipo de esporte, o serviço funeral mostrará itens utilizados, como: equipamentos esportivos, medalhas, troféus, prêmios, personalização do caixão com o símbolo que façam alusão à prática do esporte (caso seja um jogador, por exemplo, o caixão pode ser personalizado com a bandeira do time), apresentação de fotografias ou vídeos com imagens que mostre a pessoa praticando o esporte.
- **Individualidade:** O serviço funeral estará totalmente voltado para destacar a personalidade da pessoa, considerando todas as suas realizações pessoais e encontrando formas de ligar sua individualidade ao aspecto do funeral. Caso a pessoa tenha sido um apreciador de cavalos, por exemplo, o serviço funeral deve disponibilizar equipamentos de equitação, ter cavalos nos cortejo

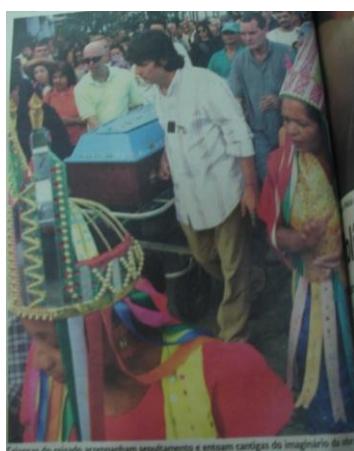
fúnebre. Caso tenha sido um membro das forças armadas o funeral deverá ser organizado com honras militares.

No Brasil as cerimônias personalizadas com a utilização dos funerais tributos ainda estão em crescente avanço, sendo, na maioria das vezes, realizadas quando a pessoa expressa o desejo de personalizar seu funeral ainda em vida.

O sepultamento da estilista Vera Arruda e de um dos organizadores de um bloco carnavalesco alagoano são outros exemplos de cerimônias personalizadas. A estilista Vera Arruda morreu aos trinta e oito anos de idade, vítima de falência múltipla de órgãos, certamente em decorrência de um câncer no timo que havia descoberto dois anos antes de seu falecimento. A estilista foi hospitalizada em São Paulo, provavelmente no dia dez de julho do ano de 2004, vinte dias depois o quadro de hepatite atípica se agravou, ocorrendo complicações como pleurite e paralização do fígado. Sua morte foi constatada no dia trinta e um de julho de 2004 e seu corpo foi sepultado às dezesseis horas do dia primeiro de agosto de 2004, no cemitério Parque das Flores, na cidade de Maceió. O serviço funeral personalizado se iniciou com decoração da capela mortuária com flores, fitas e filó. A tampa do caixão foi pintada e decorada com contas e *strass*. Na cerimônia de sepultamento algumas personagens da cultura popular alagoana do Guerreiro do Mestre Benon entoavam cantigas da terra durante o cortejo fúnebre que foi acompanhado por quase mil pessoas, entre familiares, amigos e fãs que participaram da cerimônia de sepultamento.



Fotografia 36: Sepultamento do corpo da (ex)estilista Vera Arruda no cemitério Parque das Flores. Imagem retirada do jornal *Gazeta de Alagoas* (*Gazeta de Alagoas*, 03 ago. 2004, p. 01).



Fotografia 37: Sepultamento do corpo da (ex)estilista Vera Arruda no cemitério Parque das Flores. Imagem retirada do jornal *Gazeta de Alagoas* (*Gazeta de Alagoas*, 03 ago. 2004, Geral, p. 01)

Já a cerimônia fúnebre de um dos organizadores de um bloco carnavalesco alagoano, foi acompanhada por orquestras de frevos contratadas pela família a pedido do próprio morto antes deste falecer que, ainda doente, pediu um enterro sem choro e tristeza, mas com muita alegria e frevo, e assim foi feito conforme relatou o Mestre de Cerimônias do Campo Santo Parque das Flores:

E os sepultamentos personalizados?

Teve até um sepultamento ai que eu fiz que teve muito é frevo, o rapaz morreu e gostava de carnaval, era um dos organizadores do Pinto da Madrugada daqui de Maceió, um pessoal muito conhecido aqui, aí ele pediu duas orquestras que na hora do sepultamento fosse tocando o carnavalzinho dele e na urna dele tinha a sombrinha, negócio de frevo, de carnaval, na urna tinha um monte de coisas. E o sobrinho dele tava com um chapéu, aquele chapeuzinho que vende em Recife, que coloca uma sombrinha, a família também e começou. Eu tava aqui em baixo e ouvi só o barulho, faltava parece que uns quinze dias para o carnaval. Começou aquele tum, dum, tum, dum, pararararararan. Então eu olhei assim e disse: Oxente! Acho que é o pessoal do Canaã, o Canaã é um bairro que fica próximo daqui, eu pensei que eram as pessoas do Canaã treinando para o carnaval, uma orquestra que tava treinando. Então o pessoal que tava lá em cima, nas capelas, passou o rádio: "Vem pra cá que daqui a pouco vai sair o sepultamento da capela um e está um carnaval danado aqui em cima". Eu disse: "Conversa rapaz!". Então eu subi, eu cheguei lá e realmente era verdade, eu mesmo fiquei meio assim, eu até estranhei, e a coisa tocando mesmo "pan, pan, paran". Não parava não, a banda, o pessoal na capela, todo mundo olhando, conversando e a banda "pan, pan, pan". Quando uma [orquestra] cansava a outra começava. Então teve uma senhora que estava sendo velada na capela dois ai o filho veio de lá pra cá ai disse: "O senhor trabalha aqui moço?". Acho que os meninos disseram: "Esse rapaz trabalha aqui". Já era umas seis horas, era dezoito horas já, ai ele [o filho da senhora que estava sendo velada na capela dois] disse: "Rapaz como é que pode esse negócio aqui, a minha mãe aqui sendo velada aqui, um barulho, carnaval, você não acha que isso está errado não?" Eu disse: "Olhe moço infelizmente eu não posso fazer nada porque o rapaz aqui ele pediu para a famflia que quando morresse ele queria que tocasse carnaval, e na capela eles podem fazer o que quiser", [o filho da senhora que estava sendo velada respondeu] "Ah! Mais o som está batendo lá na capela da minha mãe". Eu disse: "Olhe, infelizmente eu não posso fazer nada, o senhor querendo ir na administração amanhã o senhor pode reclamar, agora infelizmente aqui o pessoal tem música ao vivo". Eu falei para ele: "Tem música assim voz e violão, depende, tem até candomblé, cada um que faça o que quiser". Então ele [respondeu] "Rapaz isso é um negócio errado". Então saiu e foi pra lá. Pronto, na hora de fechar a urna, fechou, eu sai na frente com o coveiro levando e eu na frente e a banda tocando como se fosse um bloco. "Pan, paran, paranpanpan". O pessoal pulando, tomando uma cervejinha, uma latinha, o sobrinho dele. E tome só, só frevo, só frevo, [o sepultamento] foi na [área] tipo B, ali depois dos eucaliptos, na B direita daqui desse lado aqui, não na B esquerda. Foi ali. Depois colocou a urna lá, demorou mais um pouquinho para a banda tocar mais dois frevos e na hora de descer a urna, a família alegre, aquele choro de alegria que estava realizando o que ele pediu. Estava fazendo o que ele pediu quando estava vivo, tudo alegre, abraçado e pulava e às vezes ficava alegre. [o sobrinho do morto disse] "Ah! nós estamos aqui, ele não queria choro, queira alegria, é carnaval, toca vassourinhas". Aí [a orquestra] "Pan, ranranranranranran, pan ranra". [o sobrinho do morto disse] "Pode descer meu amigo". Então eu comecei a descer a urna e eles tocando carnaval "Pan, pan, pan, pan, pan, pan, pan" e o frevo rolando.

(Entrevista com Monsenhor, realizada em 17 de março de 2008)

Como a personalização é incipiente e exceção nos funerais brasileiros (muito embora o mercado fúnebre já disponibilize elementos para garantir a personalização de cerimônias

fúnebres) existe, porém, alguns atrativos que são oferecidos aos consumidores com o objetivo de proporcionar uma cerimônia diferenciada, tal como os memoriais eletrônicos ou vídeos-tributos que consistem em uma homenagem áudio-visual através de uma seleção de fotografias, músicas e imagens que são transmitidas durante a cerimônia do funeral e oferecidas para a família ou hospedadas em uma *website*, permitindo que a família e os amigos mais distantes possam acessar o vídeo-tributo através de senhas, com a finalidade de lembrar a pessoa que morreu. Exemplos de vídeos-tributos também são encontrados no sistema norte-americano *Vidstone*⁷⁰ que consiste numa lápide digital, com monitor LCD, em que, através do simples toque na tela do monitor tem acesso a um sistema de sons, imagens e vídeos das pessoas falecidas. O *vidstone* é um sistema de memorialização da vida da pessoa morta. Já as lápides japonesas *kuyou no mado* (janela memorial) têm um código de barras bidimensional impresso na lápide tumular, ao fotografar o código é possível acessar uma *website* em memória do falecido, contendo fotos, vídeos e depoimentos da família.

Outros atrativos também são utilizados com objetivo de personalizar as cerimônias, tais como a celebração de cerimônias religiosas com padres católicos para celebração das exequias e encomendações da alma do defunto ou pastores evangélicos para celebrar orações pela pessoa morta, a utilização de músicas e a ornamentação das capelas velatórias com coroa de flores. A utilização desses elementos nos ceremoniais fúnebres demonstra que mesmo sendo a personalização uma exceção no cotidiano brasileiro, as cerimônias de velórios, de cortejos fúnebres e de sepultamentos nunca são padronizadas, depende muito de quem morre (crianças, bebês, suicidas, pessoas públicas, idosos, mulheres, homens, etc), da situação econômica do morto, da circunstância da morte (morte natural, morte trágica, acidente, assassinato, etc.) e do aspecto religioso.

Os rituais fúnebres de pessoas públicas são significativos exemplos que denotam as cerimônias diferenciadas. Um caso significativo ocorreu quando do falecimento do (ex)deputado estadual alagoano, Gerônimo Ciqueira, conhecido como Gerônimo da Associação dos Deficientes Físicos de Alagoas (ADEFAL)⁷¹ que faleceu aos cinquenta anos de idade num hospital na cidade de Brasília, às quatro horas e trinta minutos do dia onze de março do ano de 2007, onde se encontrava hospitalizado desde o dia sete de março. O corpo foi trasladado e velado na sede da ADEFAL, localizada na cidade de Maceió, no Estado de

⁷⁰ As lápides digitais *Vidstone* estão disponíveis na *website* da empresa. Disponível em: <<http://www.vidstone.com>>. Acesso em 27 mai. 2008.

⁷¹ A ADEFAL é uma entidade filantrópica sem fins lucrativos, fundada em 22 de abril de 1981, que oferece apoio de saúde aos que possuem qualquer tipo de deficiência física no Estado.

Alagoas. Em seguida o corpo do deputado foi conduzido ao cemitério Parque das Flores, chegando por volta das onze horas da manhã do dia doze de março.

No cemitério havia uma grande concentração de pessoas vindas de vários municípios vizinhos, algumas traziam cartazes de agradecimentos pelos serviços prestados pelo político, outros lamentavam a morte do deputado que “era um homem honesto”⁷². O caixão do parlamentar foi levado da ADEFAL para o cemitério em carro aberto do corpo de bombeiros e foi acompanhado por veículos de autoridades civis, do público em geral e do departamento de trânsito do Estado de Alagoas. Ao chegar à entrada do cemitério o caixão foi retirado do carro do corpo de bombeiros e carregado por autoridades políticas e militares, escoltado pela guarda de honra da cavalaria e levado para o jazigo onde foi sepultado, sendo aplaudido pela multidão que se encontrava presente no cemitério. Antes de o caixão descer ao jazigo, a esposa do deputado fez um pronunciamento longo lamentando sua morte e lembrando suas virtudes e realizações enquanto pessoa pública e enquanto político do Estado.



Fotografia 38: Multidão aguardando a chegada do corpo do (ex)deputado estadual de Alagoas, Gerônimo Ciqueira, para ser sepultado no cemitério Parque das Flores.



Fotografia 39: Sepultamento do corpo do (ex)deputado estadual de Alagoas, Gerônimo Ciqueira, no cemitério Parque das Flores.



Fotografia 40: Chegada do corpo do (ex)deputado estadual de Alagoas, Gerônimo Ciqueira, para ser sepultado no cemitério Parque das Flores.



Fotografia 41: Sepultamento do corpo do (ex)deputado estadual de Alagoas, Gerônimo Ciqueira, no cemitério Parque das Flores.

⁷² Comentários de algumas pessoas que estavam presentes no sepultamento do (ex)Deputado no Campo Santo Parque das Flores.

Portanto, os consumidores fúnebres não são todos iguais, há uma complexidade de realidades. Sabendo disso, a indústria fúnebre cada vez mais divide o mercado, num processo denominado de segmentação de mercado que consiste em “dividir mercados em grupos de consumidores potenciais com necessidades e/ou características semelhantes e que provavelmente terão comportamentos de compra semelhantes” (WEINSTEIN, 1995, p. 18). O processo de segmentação do mercado ocorre na oferta dos planos assistenciais funerários que são serviços adquiridos antecipadamente, conhecidos como *preeened* ou *preplaning funeral* que surgiu nos Estados Unidos e consiste na contratação antecipada (preventiva) dos serviços funerários⁷³. A oferta de planos assistenciais funerários no Brasil utiliza o critério de segmentação do mercado na medida em que há diversos tipos de planos que são oferecidos, de acordo com as características socioeconômicas dos consumidores⁷⁴.

Na segmentação do mercado os produtos e serviços são criados e oferecidos para atender a demanda de um segmento específico. Um exemplo de segmentação de mercado são os enterros ecológicos que são cada vez mais crescentes no Reino Unido, representando 8% dos funerais e com a perspectiva de chegar a 12% até o ano de 2010. Nos funerais verdes o caixão deve ser confeccionado em material ecológico e biodegradável, como: papelão, bambu, vime ou papel mache. Os *Ecopod* são caixões artesanais feitos totalmente de papel reciclado de várias cores e formas, que visam atender a demanda dos funerais verdes ou enterros ecológicos.

Nos últimos anos tem sido cada vez mais crescente o número de empresas que trabalham com a perspectiva da consciência ecológica e preservacionista, e essa perspectiva também tem afetado o segmento fúnebre. As empresas que adotam a consciência ecológica ou preservacionista visam atrair a crescente demanda dos consumidores verdes, segundo Chamorro (2001), os consumidores verdes ou ecológicos são aqueles que manifestam uma preocupação com meio ambiente em seu comportamento na hora da compra, buscando produtos que são percebidos como de menor impacto sobre o meio ambiente.

As empresas que atuam com perspectiva da consciência ecológica ou preservacionista utilizam o *ecomarketing* para atrair os consumidores verdes, e, ao adotar o *ecomarketing* elas devem informar as vantagens de se adquirir produtos e serviços ambientalmente responsáveis, de forma a estimular onde já exista e despertar onde ainda não existe o desejo do mercado por esta categoria de serviços/produtos, já que no *marketing* ecológico os consumidores desejam

⁷³ No ano de 1994 aproximadamente setecentos e sessenta mil norte-americanos contrataram antecipadamente (preventivamente) seus serviços funerários (WHITTAKER, 2005, p. 05-06).

⁷⁴ Os critérios de ofertas dos planos assistenciais funerários e os benefícios que esses planos oferecem foram discutidos no capítulo 3.2., intitulado: “A Empresariação do Morto no Brasil”.

encontrar qualidade ambiental nos produtos e serviços que adquirem (LIMA, R., 2003). Nesse sentido, os caixões ecológicos ou *Ecopod*, são recomendados para enterros ou cremações, sendo que esta última é sempre criticada por ser poluente, indo de encontro à proposta da consciência ecológica e preservacionista. A empresa que fabrica os *Ecopod* esclarece aos consumidores verdes que: “*The Ecopod is suitable for burial or cremation. We would however always urge those considering cremation to reconsider their choice, as cremation inevitably causes pollution*” (Disponível em: <http://www.ecopod.co.uk/index_32.php>. Acesso em: 04 abr. 2008).



Fotografia 42: Modelo de caixão ecopod blue. Caixão em papel reciclado para atender a demanda dos funerais verdes e dos enterros ecológicos. (Disponível em: <<http://www.ecopod.co.uk/store/files/podblue.jpg>>. Acesso em: 04 abr. 2008).



Fotografia 43: Modelo de caixão ecopod gold. Caixão em papel reciclado para atender a demanda dos funerais verdes e dos enterros ecológicos. (Disponível em: <<http://www.ecopod.co.uk/store/files/podgold.jpg>>. Acesso em: 04 abr. 2008).

Entendendo a demanda e sabendo que os consumidores têm procurado cada vez mais serviços e produtos diferenciados, o mercado fúnebre cria serviços alternativos para se destacar e atrair novos consumidores. Foi com esse objetivo que no dia quatro de setembro do ano de 2008 foi inaugurada a primeira casa funerária de luxo no Estado de São Paulo, inspirada nos padrões das *funeral home* norte-americanas. A *Funeral Home* de São Paulo está localizada num casarão neocolonial tombado pelo patrimônio histórico, num espaço de setecentos e trinta e nove metros quadrados dividido em dois andares, numa das áreas mais nobres da cidade, precisamente nos Jardins, com vinte e seis ambientes, sendo quatro salas de

velórios, uma capela ecumênica, banheiros, terraços, *deck*, sala equipada com televisão e computadores, conforme divulgado na *website*:

O **FUNERAL HOME** leva os serviços que fornecemos a você, muito a sério e estamos orgulhosos em atendê-lo para homenagear a memória de um membro de sua família, por isso dedicamos total atenção aos detalhes e ao modo de receber as pessoas.

Em nosso primeiro piso estão as salas Roma e São Paulo, que podem ser utilizadas separadas ou conjuntamente.

Neste andar temos ainda três amplos banheiros, sendo um adaptado para pessoas com mobilidade reduzida, cozinha, as salas de enfermagem e biblioteca com computadores ligados à Internet e Capela Ecumênica. Na parte externa temos um lindo deck devidamente decorado com mesas e cadeiras e um charmoso café.

No segundo piso mais duas salas Paris e Nova York, ambas com terraços, mais dois amplos banheiros, sala de atendimento ao cliente e um belíssimo hall.

Nosso edifício é servido por um elevador para satisfazer as necessidades de nossos clientes e rodeado por um jardim com árvores frutíferas e nativas.

Tenha certeza que aqui no **FUNERAL HOME** você encontrará, além de serviços de elevadíssima qualidade, ajuda, atenção, conforto e todo apoio que você espera nessa hora de necessidade (Disponível em: <<http://www.funeralhome.com.br/servicos.htm>>. Acesso em: 11 abr. 2008).

A *Funeral Home* de São Paulo foi criada por empresários que atuam no setor fúnebre desde o ano de 1996 administrando o cemitério parque ajardinado Vale dos Pinhais e uma empresa de planos assistenciais – a Plena Assistencial – criada em 2001. De acordo com a proprietária, a finalidade da *Funeral Home* é garantir a última festa do falecido através de uma despedida alegre com todo conforto e glamour:

Você trabalhou duro para dar o melhor a seus filhos. A vida inteira frequentou bons restaurantes, viajou e fez questão de consultar médicos de renome. Na hora de morrer, o que acontece? Seu velório é feito em uma salinha apertada, muitas vezes sem janelas ou no subsolo de hospitais. Isso não faz sentido!

(Entrevista concedida a Revista Veja SP, em 03 de dezembro de 2008)

Os serviços oferecidos pela *Funeral Home* inclui serviço de manobrista, assistente social para auxiliar as famílias nos trâmites burocráticos, aviso do falecimento a parentes e amigos, anúncios fúnebres em jornais e rádios, livros de condolências, lembrancinhas, vídeos tributos, salas de descanso com internet, e *buffet*. O velório básico com o serviço de manobrista, assistente social e *buffet* incluindo café, chá, água e bolachas doces e salgadas, custa em média quatro mil reais, já o velório com exclusividade, onde a casa é fechada apenas para recepção de um único velório, custa em média quarenta mil reais. Os serviços de velório possuem ainda a transmissão *online* das cerimônias e mensagens eletrônicas.

Os serviços *online* ou virtuais já são recursos utilizados por empresas que atuam no segmento fúnebre, através do posicionamento de câmeras no local onde o corpo está sendo velado ou no local onde será sepultado, lançando imagens em tempo real para uma *website*. Este tipo de serviço é direcionado aos amigos e familiares do falecido impossibilitados de

presenciar o ceremonial. No Brasil várias empresas realizam serviços de transmissão *online*. O velório virtual do Grupo Vila, criado no ano de 2000, transmite imagens virtuais pela *webcam* dos velórios realizados na capela central do Centro de Velório São José, na cidade de Natal, e na capela central do Cemitério Morada da Paz, na cidade de Recife. O serviço foi criado para atender os familiares e amigos da pessoa falecida, que, por um motivo qualquer, se encontram distantes e desejam observar o velório. Esse serviço pode ser acessado, desde que as câmeras estejam disponíveis, através da *website* do Grupo Vila (Disponível em: <http://www.grupovila.com.br/velorio_virtual/>. Acesso em: 20 abr. 2008). A empresa admite que em breve será possível conversar virtualmente com os familiares e amigos presentes nos velórios, através de uma sala de bate-papo virtual.

A URBAM, empresa responsável pela realização dos serviços funerários e administradora do Complexo Funerário de São José dos Campos, em São Paulo, também possui o serviço de velório virtual através de *webcam* que disponibilizam via *website* as imagens dos velórios em tempo real. O serviço de velório virtual é liberado quando a família autoriza a transmissão e, quando disponível, pode ser visualizado na *website* da URBAM (Disponível em: <http://www.urbam.com.br/php/velorio_virtual.php>. Acesso em: 20 abr. 2008). No cemitério Memorial da Necrópole Ecumênica, os familiares e amigos podem realizar uma visita virtual à sepultura. Na hora combinada, uma câmera é instalada na frente do jazigo, as imagens ficam em uma *website* e o acesso é possível através de uma senha. O cemitério também possui uma floricultura *online*, onde coroas de flores podem ser encomendadas virtualmente para serem entregues durante o velório.

Mensagens eletrônicas de condolências e pêsames também podem ser enviadas virtualmente. Amigos e parentes ausentes podem, através da *website*, encaminhar *e-mails* que são impressos e entregues aos familiares presentes nas cerimônias. Há também mensagens eletrônicas feitas pelos familiares direcionadas a prestar homenagem às pessoas falecidas. O Grupo Vila disponibiliza na *website* as homenagens virtuais. A maior parte das mensagens demonstra a saudade da pessoa falecida e a dificuldade em enfrentar a dor da separação, algumas mensagens solicitam ajuda da pessoa morta e outras informam à pessoa morta notícias do mundo dos vivos:

“Mamãe,

Há um ano e meio nos separamos Deus a levou, mas eu sinto como se fosse hoje. Quantas saudades eu tenho, das nossas conversas, da sua companhia. Como a senhora me faz falta, mamãe. Eu luto muito para suportar esta dor, procuro apoio nas pessoas que estão ao meu redor. Muitas vezes elas nem percebem como ainda sofro pela sua falta. Como é difícil suportar, principalmente por você ter sido uma mãe tão maravilhosa, que nunca me deixou faltar nada, não deixava nada a desejar, sempre tão presente em todos os momentos.

Enquanto você estava conosco tudo era festa pra mim, hoje tudo mudou a felicidade não é completa, fica sempre um vazio, uma tristeza. Mas eu também sei, que se Deus a levou é porque tinha algo melhor para a senhora e é com a ajuda dele que eu venho suportando esta dor, esta ausência.

Quanta saudade do seu sorriso, do seu jeito especial de ser!!!

Como éramos felizes, hoje me dou conta das pequenas coisas que nos faziam tão felizes.

Quantas saudades!!!

Te amei...te amo...te amarei eternamente!

Beijos.

De sua filha, (nome)"

(Mensagem enviada pela filha da pessoa falecida às vinte e duas horas e quarenta e cinco minutos do dia 18 de agosto de 2008).

"Minha irmã, minha amiga, minha companheira hoje faz exatamente 4 anos que você se foi lembro como se fosse hoje nossa amizade nunca nos separamos, desde que você partiu minha vida mudou muito não da pra ser feliz completamente que saudade se fico triste sinto sua falta se fico alegre sinto sua falta pois tudo dividíamos.

Naquele dia que você partiu estava em coma não aceitava isso meu deus que doeu sentia no peito na alma no terceiro dia seu em coma pedi a nossa senhora aparecida para cobrir você com o manto fechei os olhos e recebi a notícia da sua partida a mãe foi a mesma coisa pediu a nossa senhora aparecida e em instantes você partiu que dor parecia o fim do mundo.... mais você tinha que nos deixar pois precisavam de você Jesus.... já tinha nos dado a maravilha da sua companhia, da sua amizade do seu amor você é e era tudo de bom. (nome da pessoa falecida) um dia vamos nos encontrar a família inteira juntos novamente. Que saudade, que saudade.... meu deus minhas lagrimas secaram... meu coração arde de saudade..... te amo (nome da pessoa falecida)....

nossa mãe irmãos sente sua falta seja feliz....."

(Mensagem enviada pela irmã da pessoa falecida às quatroze horas e doze minutos do dia 10 de julho de 2008).

"Mãe sinto muito a sua falta. Depois que você partiu tudo mudou, eu mudei. Mas estou mais forte, aliás, uma "laranjeira" é guerreira né mãe? Você foi exemplo de bravura. O que alivia meu coração e me conforta é saber que o mundo onde você está é mil vezes melhor que esse. Fico imaginando sua reação diante de tantas notícias ruins. Esteja em Paz Mãe. Você cumpriu a sua missão, tenho certeza. Colha os frutos. Deixa eu falar só mais uma coisa: foi tão bom aquele dia que senti o seu abraço..que delícia. E agora que passei no concurso? Tenho certeza que você vibrou comigo. Olha, apesar de contar os dias e as horas desde que você partiu eu estou bem, é a saudade que faz isso. Mæzinha receba todos os buquês que envio do meu coração prá você. São luzes que te desejo. Quando nos encontrarmos te darei aquele beijo e aquele abraço que faltaram! Fica com Jesus!"

(Mensagem enviada pela filha da pessoa falecida às vinte horas e onze minutos do dia 02 de agosto de 2008).

(Exemplos das mensagens eletrônicas extraídas no website do Grupo Vila. Disponível em: <<http://www.grupovila.com.br/homenagens/>>. Acesso em: 20 abr. 2008).

Dentro da lógica da oferta de serviços diferenciados e personalizados, o mercado fúnebre oferece ainda serviços que são realizados no corpo morto. A tanatopraxia, por exemplo, consiste na técnica de preparação dos cadáveres visando a desinfecção e retardamento do processo de decomposição do corpo através da aplicação de produtos químicos que possibilita garantir uma aparência natural, evitando o extravasamento de líquidos e o aparecimento de inchaços. A realização da tanatopraxia depende da *causa mortis*,

o tempo mínimo para preparação de um corpo com causa morte natural varia de sessenta a noventa minutos podendo se estender até quatro horas.

A denominação de tanatopraxia é utilizada para se referir a preparação dos cadáveres tal como é realizado na técnica de embalsamento norte-americana. A denominação tanatopraxia é usada em detrimento da denominação embalsamento já que este é comumente conhecido como uma técnica que utiliza a retirada de órgãos e inserção de fluídos embalsamadores. O mercado fúnebre normalmente diferencia o embalsamento da tanatopraxia levando em consideração que na tanatopraxia existe ausência de evisceração, pois as vísceras são mantidas nas próprias cavidades.

No Brasil a técnica da tanatopraxia foi implantada no início do ano de 1994 e para realizá-la o tanatopraxista deve passar por um treinamento através de cursos⁷⁵. A tanatopraxia oferecida pelo mercado fúnebre é conhecida como o silêncio da morte que traduz e reflete a vida, ocultando todos os signos, objetivando preservar a imagem original da pessoa falecida, já que a realização da tanatopraxia tem o objetivo de manter uma aparência mais natural possível do corpo fazendo com que o morto não pareça morto.

⁷⁵ O Sindicato dos Empregados em Funerárias, Cemitérios e Congêneres do Estado de Minas Gerais (SINDINER), ofereceu, entre os dias vinte e cinco a trinta e um do mês de agosto de 2008 os cursos de tanatopraxia, tanatopraxia avançada e restauração facial com o objetivo de capacitar o profissional funerário para desempenhar a técnica da tanatopraxia com conhecimentos avançados de conservação e restauração facial do cadáver humano. O curso consiste em módulos sobre tanatopraxia padrão (preparação de corpos humanos após a morte, visando à preservação e a integridade dos tecidos corporais, retardando o processo biológico da decomposição, atendendo as exigências legais e evitando constrangimento dos familiares em velório); tantopraxia avançada (técnicas avançadas da tanatopraxia padrão para preparação de corpos já em estágio de decomposição) e restauração facial (preparação de corpos para velório e viagens, onde a aparência feia da morte deve ser amenizada apresentando o corpo com uma imagem próxima a que ele tinha em vida). Com o valor de um mil e oitocentos reais o curso foi dividido em duas partes: a primeira parte discutiu teorias e foi ministrada no auditório da funerária Pax de Minas, a segunda parte é prática e ministrada no Tanatos, um laboratório de tanatopraxia na funerária Pax de Minas. O certificado do curso foi emitido pela Faculdade de Ciências Médicas de Minas Gerais. No Estado de São Paulo há cursos oferecidos pelo Departamento de Anatomia do Instituto de Biociências da Universidade Estadual de São Paulo e organizado e patrocinado pelo Centro de Tecnologia em Administração Funerária (CTAF), este curso tem embasamento teórico com informações sobre o sistema do corpo humano, especialmente o sistema circulatório e embasamento prático, realizado durante três dias no Serviço de Verificação de Óbitos da cidade de Campinas onde é possível desempenhar o procedimento em diversos tipos de óbitos que possam aparecer, tais como: obesos, infarto agudo do miocárdio, trauma crânio encefálico, insuficiência pulmonar aguda, caquexia oncológica, queimados, asfixia mecânica, enforcamento, broncopneumonia, metástases, aneurismas ou outras *causas mortis*. No curso prático normalmente é realizada a higienização corporal, a injeção em várias artérias (femoral, tronco braquiocefálico, carótida comum, subclávia, braquial, aorta abdominal, ilíaca etc.), a massagem corporal, a aspiração das cavidades torácica e abdominal com posterior colocação de líquido conservador, a aspiração nasal e os cuidados finais para a perfeita aplicação da tanatopraxia. Ensina-se também a utilização dos vários produtos químicos que deverão ser utilizados nos diversos tipos de falecimentos; a regulagem, diluição e conservação da bomba injetora; a ligação, manutenção e finalidade da bomba aspiradora; e a utilização dos vários instrumentos cirúrgicos e sua preservação em estufa de esterilização e secagem.

Os produtos e serviços diferenciados são ofertados de acordo com a demanda, estando, portanto, relacionados à maneira como cada sociedade se relaciona com seus mortos e como querem que seus mortos sejam sepultados e conduzidos ao outro mundo. A oferta e utilização dos produtos e serviços passam pelo processo que compreende o antes, momento em que os produtos e serviços são negociados e quais estratégias utilizadas para vender produtos não procurados; o durante, que ocorre depois da aquisição de um produto e/ou serviço fúnebre e compreende os serviços que são efetivamente realizados com o corpo morto; e o depois, que diz respeito aos produtos e serviços que são oferecidos e consumidos após o sepultamento.

Antes

Não se vende bem o que não tem valor por ser demasiado familiar e comum, nem o que provoca medo, horror ou sofrimento. Para vender a morte é preciso torná-la atraente.
(Phillipe Ariès)

A morte se profissionalizou e isso fez com que a morte fosse percebida como um evento, “objeto de operações comerciais, como um fato econômico qualquer” (THOMAS, 1978, p. 109-110). A percepção da morte como um negócio rentável fez com que Mitford (2000) admitisse que a atuação dos profissionais fúnebres estivesse baseada na venda de uma mercadoria. Questionando o desempenho dos *funerale directors*, a autora observou que:

Funeral people are always telling one another about the importance of ethics (not just any old ethics but usually “the *highest* ethics”) sentiment, integrity, standards (again, “the highest”), moral responsibility, frankness, cooperation, character. They exhort one another to be sincere, friendly, dignified, prompt, courteous, calm, pleasant, kindly, sympathetic, good listeners; to speak good English; not to be crude; to join the Masons, the Knights of Columbus, the Chamber of Commerce, the Boy Scouts, the PTA; to take part in the Community Chest drive; to be pleasant and fair-dealing with employees and clients alike; not to cuss their competitors; and, it goes without saying, so to conduct themselves that they will be above scandal or slander. In short, they long to be worthy of high regard, to be liked and understood, a most human longing.

Yet, just as one is beginning to think what dears they really are - for the prose is hypnotic by reason of its very repetitiveness-one's eye is caught by this sort of thing in *Mortuary Management*: “You must start treating a child's funeral, from the time of death to the time of burial, as a golden opportunity for building good will and preserving sentiment, without which we wouldn't have any industry at all.” Or this in the *National Funeral Service Journal*: “Buying habits are influenced largely by envy and environment. Don't ever overlook the importance of these two factors in estimating the purchasing possibilities or potential of any family. ...Envy is essentially the same as pride. ...It is the idea of keeping up with the Joneses. ...Sometimes it is only necessary to say, ‘...Here is a casket similar to the one the Joneses selected' to insure a selection in a substantially profitable bracket”. Merchants of a rather grubby order, preying on the grief, remorse, and guilt of survivors, or trained professional men with high standards of ethical conduct? (MITFORD, 2000, p. 154-155, grifos da autora).

Os produtos e os serviços fúnebres negociados pelos Grupos são classificados como produtos não procurados:

são produtos de consumo que o consumidor não conhece ou conhece mas normalmente não pensa em comprar. A maioria das inovações é proveniente de produtos não procurados até que o consumidor se conscientize de sua existência por meio da propaganda (...) por sua própria natureza, os produtos não procurados exigem muita propaganda, venda pessoal e outros esforços do marketing (KOTLER e ARMSTRONG, 2003, p. 208).

Por ser um produto não procurado, as empresas criam estratégias de vendas e podem oferecer aos seus possíveis clientes alguns benefícios que são aliados aos seus produtos e serviços, com isso passam uma ideia que não são apenas vendedoras de um produto, mas

fornecedoras de soluções para as necessidades.

Os serviços funerários adquiridos antecipadamente são conhecidos como *preneed* ou *preplanning funeral*. Essa tendência surgiu nos Estados Unidos no final do século XX e em 1994, acredita-se que aproximadamente setecentos e sessenta mil norte-americanos contrataram antecipadamente (preventivamente) seus serviços funerários (WHITTAKER, 2005, p. 05-06).

No Brasil os serviços de prevenção tiveram um rápido crescimento a partir da atuação dos Grupos, o que significa o gerenciamento da morte, na medida em que é o próprio indivíduo que assumirá todos os encargos de seu funeral, escolhendo os tipos de serviços e produtos mais adequados às suas necessidades financeiras, culturais e religiosas, possibilitando uma maior comodidade para o momento em que vier a falecer, conforme ressaltou um dos Diretores do Grupo Parque das Flores:

Só que a gente tenta colocar para ele [para o cliente], que nós hoje praticamos isso, que apesar de ser o pior momento dele, ele tem que ser feito com dignidade e aquilo é a última homenagem. Não é a toa que os faraós quando morriam faziam [homenagens]. As grandes homenagens das pessoas não são quando estão vivas, é quando morre. Os grandes mausoléus são quando a pessoa morre, porque ele vai deixar de existir. Hoje não existe mais mausoléu. (...) Então hoje a gente mostra a sociedade que aquela última homenagem é fundamental. Não em gastar dinheiro, tanto é que o plano, tanto faz ele, pode ser que ele compre antes, ele vai continuar pagando aquilo. Que aquela última homenagem seja significativa para aquela família, porque a pior coisa é a última imagem ser ruim.

(Entrevista com Cláudio Bentes, realizada em 10 de novembro de 2008)

Para que a oferta de produtos e serviços faça parte da estrutura social e cultural, as empresas do ramo funerário fazem uso dos *mass media*. Os meios de comunicação de massa – os *mass media* –, compreendem os jornais, revistas, rádios, TV, internet, ou seja, todos os meios que tenham como principal função a transmissão de informações para determinados públicos, comunicando à sociedade os códigos culturais que estão presentes nos bens de consumo. Everardo Rocha (2000, p. 26) diz que a mídia faz com que a produção possa ter sentido e, portanto, possa ser consumida.

O trabalho de produção do valor do produto é realizado pela publicidade. É ela que transfere o significado cultural dos bens, na medida em que funciona como “um léxico de significados culturais correntes” (McCRACKEN, 2003, p. 109). Quando a transferência é concluída, os bens passam a ter significados culturais e quando estes significados transportam do mundo cultural para o bem de consumo, este bem “figura com um significado cultural de cuja carga estava previamente imaculado” (McCRACKEN, 2003, p. 108).

Os meios de comunicação de massa transformam produtos e serviços em necessidades, desejos e utilidades, pois “ao reproduzir no plano interno (no mundo dentro do anúncio, por exemplo) a vida social, permite a definição pública de produtos e serviços como necessidades, sua explicação como modos de uso, e a confecção de desejos como classificações sociais” (DOUGLAS e ISHERWOOD, 2004, p. 17). Portanto, a utilização dos meios de comunicação de massa pelas empresas do ramo funerário também permite o acesso ao consumo, contribuindo para que os produtos e serviços sejam consumidos.

4.1. Executivos de vendas e/ou consumidores fúnebres

A prevenção é oferecida aos consumidores fúnebres através da abordagem orientada para o cliente, ou seja, através da venda pessoal. A venda pessoal é “um processo de comunicação interativo que permite a flexibilização das mensagens do vendedor de acordo com as necessidades, desejos, crenças e valores dos clientes ou consumidores” (DIAS, 2005, p. 10). A venda pessoal é realizada pelos vendedores, também conhecidos como Executivos de Vendas, contratados pelas empresas. Os vendedores vão servir tanto a empresa quanto ao comprador, já que eles representam a empresa junto aos clientes e representam os clientes junto à empresa, e:

À medida que as empresas adotam uma abordagem mais forte de orientação do mercado, suas forças de vendas tornam-se cada vez mais focadas no mercado e mais orientadas ao cliente. Segundo a antiga visão, os vendedores deveriam se preocupar com as vendas, e a empresa, com os lucros. Já a visão corrente sustenta que eles não devem se limitar apenas a produzir vendas – devem também saber como produzir satisfação para o cliente e lucro para a empresa. Além de ganhar novos clientes e fazer vendas, devem estar habilitados a auxiliar a empresa a criar relacionamentos duradouros e lucrativos com os clientes (KOTLER e ARMSTRONG, 2003, p. 416).

O Grupo Parque das Flores adota várias maneiras para realizar a venda pessoal de seus produtos e serviços funerários. Como o Grupo Parque das Flores oferece jazigos e dois tipos de planos assistenciais funerários, possui uma equipe composta por vários Executivos de Vendas: os que oferecem o plano assistencial funerário PréVida e os que oferecem jazigos no

cemitério Parque das Flores e o plano assistencial Previparq das Flores⁷⁶. Esses últimos realizam suas atividades nas dependências do cemitério, onde existe um local apropriado para atendimento dos clientes e para o desenvolvimento de suas funções.

A equipe de Executivos de Vendas dos jazigos e do plano Previparq das Flores era composta nos anos de 2006 a 2008 (períodos de realização da pesquisa) por dez vendedores, além de um Supervisor de Vendas e de uma Gerente de Vendas. Os vendedores têm que vender uma meta de oito jazigos mensalmente e recebem uma comissão, por cada venda, de três por cento do valor total do jazigo. No caso de venda de plano assistencial funeral Previparq das Flores, a comissão recebida pelo vendedor compreende o valor total da primeira parcela do tipo de plano que foi adquirido pelo cliente.

Para se tornar um vendedor não é necessário obter formação acadêmica específica, qualquer pessoa pode ser tornar um Executivo de Vendas, desde que esteja seja aprovado nas etapas classificatórias realizadas pela empresa.

Uma das primeiras Executivas de Vendas de jazigos do cemitério Parque das Flores e do plano assistencial funeral Previparq das Flores explica que no início do mês de maio de 2002 passou por uma seleção com mais vinte mulheres para vender o Previparq das Flores, das vinte, apenas seis foram selecionadas, mas o produto foi cancelado pela empresa⁷⁷. Então essas vendedoras foram reutilizadas para trabalhar num escritório oferecendo jazigos aos possíveis clientes através de contato telefônico. No final do mês de agosto de 2006 apenas três das seis selecionadas foram trabalhar como Executivas de Vendas no escritório localizado nas dependências do cemitério Parque das Flores. A Executiva lembra a dificuldade em realizar o *telemarketing* já que não houve nenhum treinamento à época:

No início nós fazíamos *telemarketing* de jazigos, para vender o terreno. A gente ligava para o cliente e fazia um trabalho de *telemarketing* mesmo, “no cru”, que a gente realmente não tinha nem estrutura lá pra fazer, aparelho [telefone], era um aparelho ou era três para dividir. Então nós fizemos um horário, dividimos de três e três pessoas, três de manhã e três a tarde até a noite para fazer esse trabalho. E a busca da gente era realmente pela Editel [lista telefônica]. Hoje a gente vai buscar, tem *cd-rom*, vai diretamente no sistema da Telemar [lista telefônica via *internet*]. Tudo isso não tinha lá, a gente tinha que ir buscar na Editel.

Já existia algumas pessoas aqui no cemitério que faziam esse serviço. Os corretores [vendedores] daqui do [cemitério] Parque [das Flores] já faziam, mas não um trabalho assim como a gente começou a fazer lá [numa sala que foi alugada pela empresa para realizar o *telemarketing*], porque lá a gente ligava direto e aqui (lo

⁷⁶ A história da atuação do Grupo Parque das Flores e os tipos de produtos e serviços oferecidos foram abordados no capítulo 3.2., intitulado: “A Empresariação do Morto no Brasil”.

⁷⁷ A proposta de implantação do plano assistencial funeral pelo Grupo Parque das Flores foi associada ao plano assistencial familiar, onde o associado do plano recebia descontos em especialidades médicas, medicamentos. A vinculação do plano funeral com plano assistencial familiar não conseguiu obter sucesso e a empresa teve que atrasar a implantação do produto.

cemitério Parque das Flores] não, eles não tinham estrutura ainda, ainda não tinha essa estrutura para um *telemarketing* aqui também. Então a gente dividiu, ficava três de manhã e três a tarde. Aí a gente foi conseguindo, a gente fazia o *telemarketing*, agendava, mostrava o produto para o cliente. Aquele cliente que nós conseguíamos agendar, a gente já agendava com data, com tudo marcado só para ir na casa do cliente. A gente não fazia atendimento ao cliente lá [numa sala que foi alugada pela empresa para realizar o *telemarketing*]. A gente passava para o supervisor que com os corretores [vendedores] daqui [do cemitério Parque das Flores], que vendiam, ia lá [na residência ou no local do trabalho do cliente] fechar [concretizar a venda]. A gente só fazia a parte de *telemarketing*.
 (Entrevista com Rosa, realizada em 27 de abril de 2008)

Outra Executiva de Vendas (uma das três selecionadas para trabalhar como Executivas de Vendas no cemitério Parque das Flores) também revela a dificuldade que teve em oferecer produtos (jazigos) para os possíveis clientes:

Como é que foi a sua primeira experiência. Como é que você iniciou com vendedora?

Eu trabalhava na outra empresa, fazia parte do escritório, aí depois fui transferida para vir aqui por [cemitério] Parque [das Flores]. Eu vim com medo, porque lá é uma coisa e aqui você tem que enfrentar, o dia a dia. Eu vim com medo.

Lá (no escritório) você não trabalhava com o produto não?

Não. Lá era mais ou menos parecido com este daqui. Este *telemarketing* que a gente faz aqui a gente fazia lá, só que a gente não vinha no parque, não tinha acesso de ficar com o cliente aqui direto na empresa certo? E também outra coisa, lá a gente só ligava e o cliente vinha para cá, é diferente, só que aqui a gente liga, vai até o cliente e também o cliente aqui vem no [cemitério] Parque [das Flores]. É diferente né, a gente não tava aqui direto no cemitério, tá entendendo? Aí assim quando eu vim, eu me assustei, eu disse: "Meu Deus!" E eu sofri muito, chorei muito viu, até eu me acostumar. E outra coisa, quando morria um cliente meu doía tanto dentro de mim, eu chorava, na frente deles não né, mas por trás eu chorava, de noite eu me desmanchava todinha. Hoje a gente vai se acostumando com a realidade, até porque eu encaro como missões, tem que ter um alguém, se não sou eu tem que ter um outro, Então além da nossa necessidade primeiramente, segundo essa missão que a gente tem a cumprir, porque para trabalhar com esse produto tem que ser, ser bem paciente, maleável a gente, é como se a gente tivesse um pouco de sei lá, eu acho que a gente tem alguma coisa para dar pra ele [para o cliente], para conformar, porque não é fácil, quem quer perder o seu ente querido não é? Ninguém quer perder.

(Entrevista com Angélica, realizada em 06 de março de 2008)

Em junho do ano de 2006, uma Executiva de Vendas foi selecionada para trabalhar na área de vendas da empresa. Essa Executiva soube da existência da vaga através de uma indicação, entretanto pensava que fosse realizar serviços de administrativos na empresa. Deixou a documentação (currículo) no cemitério Parque das Flores e foi selecionada, somente após a realização de uma entrevista é que foi informada que a vaga existente era para o departamento de vendas, aceitou e iniciou um treinamento de dois dias que objetivava percorrer e conhecer alguns cemitérios públicos da cidade. Durante o treinamento pensou em desistir já que não tinha experiência em vendas de produtos não procurados e sim em vendas

de lazer, porém refletiu: “Eu não vou [desistir]. Eu não vou passar por isso. Eu não cheguei até aqui profissionalmente para isso [desistir]”:

Eu vendia passagens de ônibus, vendia férias, vendia passeios, ai de repente você sai de um lugar que você fica falando que tal praia é linda. Vendia lazer, é muito bom, vai em tal barzinho. Porque eu vendia passagens de ônibus e a gente tinha um roteiro dos lugares, a gente vendia para muitos turistas. Eu trabalhei dez anos vendendo passagens de ônibus. Eu vendia para Natal, pra São Paulo, pra Rio, pra Feira de Santana, pra Ilhéus, para vários lugares. Ai a gente como trabalhava na empresa, uma vez no mês, ou no ano mesmo, ou nas férias, a empresa fornecia pra gente o trecho que era para a gente fazer para então poder indicar, e eu aproveitava que eu gosto de viajar e todas as minhas folgas eu dava uma escapulidinha. [...] Uma coisa é você vender uma diversão, outra coisa é você trabalhar com um produto ligado a uma perda como a morte.

(Entrevista com Orquídea, realizada em 05 de março de 2008).

Logo, surgiram as primeiras dificuldades em oferecer o produto aos clientes:

Como foi a sua primeira experiência como vendedora?

Desastrosa, horrível [risos]. Tudo de ruim que você possa imaginar, não por ser cemitério, mas quando você ia abordar o assunto, o produto. Porque uma coisa é você vender algo que você está pegando, que você está vendo, principalmente a gente que é mulher, que tem uma vaidade, você vai vender uma coisa assim que você já usou, um perfume, aí você pega, você diz: “Fica lindo essa cor, esse cheiro, combina”. Agora é vender um produto que você não tava pegando, nem vendo, além de ser uma coisa de difícil aceitação que assuntos que é ligado a morte eu acho que ele é muito difícil. A morte quando você diz que chega preparado, ninguém quer. Aí no começo eu achei que não ia dar certo, ia desistir, queria desistir, aí [outras pessoas diziam] “Não. É assim mesmo” Eu ligava para as casas das pessoas, as pessoas achavam que eu estava brincando, que era uma pegadinha, achava que era alguma amiga passando um trote. As vezes quando eu falava que era do Campo [cemitério], do [cemitério] Parque [das Flores]: “Aqui é Parque das Flores”, tinha gente que pensava que era um clube de recreação, porque tem o Ecoparque [parque aquático] aqui. [os clientes respondiam]: “E aí, a gente pode visitar, pode levar quantas pessoas?”. Aí no desenrolar da conversa você percebia que a pessoa não estava ligando, aí quando você dizia que era um cemitério particular aí [respondiam]: “Oxente! Cemitério?”, aí [respondiam] “Tá doida!”, essas coisas assim. Depois, com o tempo fui adequando as palavras, ouvindo os colegas trabalhando que já tinha mais tempo e fui começando a criar um vocabulário para lidar com isso até chegar ao nível que estou hoje.

[...]

Eu tinha um acanhamento em vender esse produto, não que eu não aceitasse porque eu sempre achei que era importante ter, agora eu não me via vendendo esse produto, eu não me via vendendo, até porque, hoje mesmo, essa semana eu dei um pulinho pra fazer uma panfletagem na empresa que eu trabalhei antes, aí todo mundo: “Você está trabalhando num cemitério?”. Você está entendendo? Era esse medo que eu tinha de poxa eu não arranjei nada, vim arranjar num cemitério, essa ideia negativa que você tinha. É como eu falei para você, só que no cemitério também tem toda uma estrutura de contas a pagar, contas a receber, eu achava que eu vinha trabalhar em algo ligado a isso, no trabalho interno e não na venda de área [jazigo]. Isso aí eu tive que fazer um trabalho comigo mesmo de aceitação de saber como chegar até o cliente de conversar sobre isso.

(Entrevista com Orquídea, realizada em 05 de março de 2008)

Após as primeiras experiências, os vendedores vão desenvolvendo estratégias de aceitação do produto e de abordagem aos clientes. Entretanto para que isso seja possível há

dois princípios básicos. O primeiro é tratar a morte como um evento natural que ocorre com todos:

Antigamente antes de eu trabalhar aqui no [cemitério] Parque [das Flores] eu tinha muito medo da morte, eu era um tipo de pessoa que eu passava em frente a uma casa funerária eu virava o rosto. Eu entrava dentro de um cemitério quando eu ia para algum sepultamento eu chegava em casa e ficava o tempo todo pensando naquela pessoa e morrendo de medo de morrer. Eu começava a dizer: “Meu Deus! Quando será eu?”. Ficava com aquela preocupação. Hoje eu encaro a morte como uma coisa natural. Um dia todos nós vamos então porque temer. Deus é quem sabe o dia que eu vou partir. Hoje eu não tenho mais medo, claro que eu quero é viver, se eu vivo, ainda estou nesta terra é porque eu tenho missões a cumprir nela, não tenho mais medo da morte.

(Entrevista com Angélica, realizada em 06 de março de 2008)

O trabalho dos Executivos de Vendas vai sendo percebido como uma missão que é expressa no discurso messiânico. O segundo princípio adotado pelos vendedores é não se envolver diretamente com a morte dos clientes. Porém, quando o morto é alguém conhecido dos vendedores ou mesmo pessoas públicas, a morte passa a ser tema recorrente no cotidiano do cemitério e nos discursos dos funcionários, até porque quando ocorre um desses eventos a rotina do cemitério é abalada. O falecimento de algum parente dos vendedores, de um funcionário, de pessoas públicas ou mesmo sepultamentos trágicos de grande comoção pública, trazem para os funcionários a lembrança da morte que tanto se pretende evitar, isso porque a morte do outro traz a sensação e a lembrança da morte de si, conforme observou Rodrigues (2006b, p. 82) “a morte do outro é o anúncio e a prefiguração da morte de ‘si’, ameaça da morte do ‘nós’”.

Quando se trata do falecimento de um familiar de algum dos Executivos de Vendas, os vendedores deixam de se tornar vendedores e se colocam na posição de consumidores, foi o que aconteceu quando do falecimento do sobrinho de uma das Executivas de Vendas, um rapaz de dezessete anos que foi assassinado com três tiros.

Após ser baleado, o sobrinho da vendedora foi levado para o pronto socorro e submeteu-se a uma cirurgia, foi nesse momento a vendedora (tia do morto) soube do ocorrido e se dirigiu ao pronto socorro, chegando lá uma assistente social informou que o seu sobrinho não resistiu aos ferimentos e faleceu. Do pronto socorro, o corpo do morto foi transferido para o Instituto Médico Legal (IML) para realização do procedimento de necropsia. No dia seguinte, quando o corpo foi liberado do IML, a equipe de agentes fúnebres da Funerária São Matheus do Grupo Parque das Flores realizou o transporte do cadáver para o cemitério Parque das Flores, o corpo do sobrinho da vendedora chegou ao cemitério às onze horas e foi colocado em uma das capelas. Neste momento os agentes fúnebres realizaram alguns procedimentos de higienização do morto e ornamentação do caixão. Em seguida teve início o

velório que foi acompanhado por um pastor e por cânticos evangélicos. Por se tratar de uma morte trágica houve muita comoção durante o velório e o sepultamento, manifestada por choros e desmaios de alguns familiares. O sepultamento que estava previsto para ocorrer às treze horas, só ocorreu às dezesseis horas e trinta minutos.

Esse caso atípico altera a rotina dos Executivos de Vendas do Grupo Parque das Flores e o cotidiano do cemitério. No decorrer do velório, vários funcionários da empresa (Jardineiros, Executivos de Vendas, Gerente de Vendas, Supervisor de Vendas, Assistente Social, Diretora e outros) cumprimentavam e se solidarizavam com a família enlutada. Durante esse evento, os funcionários se transformaram em “pessoas” e até em enlutados, chorando, se emocionando e se solidarizando com a família do morto, sobretudo com a Executiva de Vendas, tia do morto.

Dias depois a Executiva de Vendas revelou alguns aspectos que marcaram sua passagem de vendedora que oferta produtos e serviços fúnebres para consumidora que utilizou os produtos e serviços:

Você usou a sua área, como é que foi? Como é que você encarou, porque você vende, mas naquele momento você usou?

Foi horrível, me chocou muito, mas até o momento quando eu estava resolvendo tudo não parecia que era eu. Deus deu uma força maior, você tava aqui no dia você presenciou, foi tudo eu quem resolvi. Eu que tive que ir para pronto socorro reconhecer corpo, vê ele naquele estado lá todo baleado, todo furado ainda, melado de sangue e depois ainda tive que encarar no IML, tive que entrar para reconhecer também o corpo dele, já no IML algumas partes costuradas mas vi tudo, nem parecia que aquilo ali era o meu sobrinho. Eu encarei. Eu não sei, Deus é quem me deu uma força, só depois que eu cheguei já aqui no [cemitério] Parque [das Flores] foi que eu comecei a ver que só era eu assim, essa que sou hoje. Sofri um bocado mais Deus ele vai dando forças, confortando, ele vai dando o conforto, hoje eu estou normal. Dá falta? Dá, mas já estou mais ou menos conformada com a situação, fazer o quê?

(Entrevista com Angélica, realizada em 06 de março de 2008).

4.2. Produtos não procurados

O que os Executivos de Venda oferecem aos possíveis clientes são jazigos e plano assistencial funerário (este último assegura toda assistência funeral, tais como: cobertura de

taxa de capela e abertura de jazigo, higienização do corpo, caixão, etc.⁷⁸):

Dos produtos e serviços que vocês vendem existem os jazigos e mais o quê?

Tem o jazigo. O serviço que a gente fala, a gente vende o jazigo. O serviço? Qual seria o serviço? Tanto o serviço de funeral, como o serviço de taxas, que também é uma coisa que o cliente paga. Ele comprou o jazigo, mas quando ele vai precisar desse jazigo, ele precisa pagar as taxas. Então assim, tem as capelas, que eu acredito que é uma das coisas mais importantes que um cemitério tem que ter, porque a gente tem visto por aí, em cemitério público, eu já fui para alguns velórios em cemitério público que as vezes ficam duas pessoas na mesma capela, porque se só existe uma, ficam duas famílias, as vezes um [óbito] foi morte natural o outro [óbito] foi assassinado. Então quando é uma morte natural a gente vê que o comportamento da pessoa que foi uma morte natural é diferente do comportamento da família de uma pessoa assassinada. É totalmente diferente.

E os serviços de funeral que vocês oferecem é o serviço de taxas. As taxas são o que?

Taxas seria o quê? As capelas que o cliente paga para deixar o corpo ali velando. Tem as placas com identificação que a gente chama lápides e tem a taxa de sepultamento. São essas taxas que o Parque [plano Previparq das Flores] cobre na hora de um funeral.

E quais são os serviços de funeral?

É a parte de urnas, caixão que é o nome popular que muita gente não conhece por urna. São as flores que eles dão, outro serviço do funeral é a higienização, as vestes. Isso é muito importante, tudo isso o cliente olha.

E como é que é feito os serviços de funeral?

Os serviços de funeral como nós temos aqui o [plano assistencial funerário] Previparq das Flores que é um plano que vai dar toda assistência nessa área de funeral. Como a gente tem uma funerária, porque se o cliente não tem esse plano a gente indica essa funerária. Porque a gente indica a funerária? Porque além dela ser do Grupo [Grupo Parque das Flores] é uma funerária que faz o melhor serviço dentro do Estado de Alagoas. Foi ela que realmente revolucionou a parte de funeral, ela dá toda assistência. O tratamento que eles dão para o cliente é um tratamento assim. Eu já vi, eu também já passei, já tive esse tratamento e é um tratamento que realmente eles dão atenção para o cliente eles vão servir o cliente na hora que ele está mais fragilizado, que é disso que a gente precisa. Infelizmente aqui no Estado, não sei se hoje acontece mais, mas acontecia, tinha até brigas por causa de algumas funerárias, tinha briga, eles brigavam na hora ali, a família ali fragilizada, perdeu um parente, um ente querido e as pessoas brigando. É constrangedor. Então o Parque das Flores com o Grupo Parque, como ele tem esse serviço, então ele realmente está acabando com isso. Então além do serviço que o [Grupo] Parque oferece para o cliente, o cliente que já passou por isso [pela morte de um familiar ou amigo], ele realmente vai buscar um plano funeral que é para ele não se constranger mais da próxima vez que ele venha precisar usar novamente.

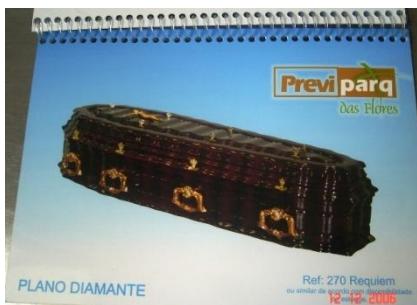
(Entrevista com Rosa, realizada em 27 de abril de 2008)

Ao agendar uma visita aos seus futuros clientes, os Executivos de Vendas procuram demonstrar os produtos através de *folders* e tabelas de valores, de disponibilidade e de localização dos jazigos, e de catálogo com modelos de urnas fúnebres. É a morte se transformando num catálogo, consequência da comercialização da morte, conforme observou Rodrigues (2006b, p. 179-180):

Outra conseqüência dessa comercialização da morte: a lógica do sistema impõe a produção em série. A criatividade tradicional desaparece, a morte se transforma em

⁷⁸ Os benefícios dos planos assistenciais funerários foram abordados no capítulo 3.2., intitulado “A Empresariação do Morto no Brasil”.

catálogo. Os catálogos contêm tudo: modelos de sepulturas, de caixões, de epitáfios, de alças de metal, de cerimônias fúnebres, de coroas de flores, de anúncios fúnebres – tudo já preparado, em conserva (ou congelado), pronto para ser consumido. Todos os produtos têm nomes que os identificam, como as marcas dos automóveis.



Fotografia 44: Modelo de caixão do Plano Previparq das Flores, tipo Plano Diamante.



Fotografia 45: Modelo de caixão do Plano Previparq das Flores, tipo Plano Esmeralda.



Fotografia 46: Modelo de caixão do Plano Previparq das Flores, tipo Plano Rubi.

No ramo fúnebre os produtos e serviços são considerados como não procurados, ou seja, em “produtos de consumo que o consumidor não conhece ou conhece mas normalmente não pensa em comprar” (KOTLER e ARMSTRONG, 2003, p. 208). Esses produtos são considerados pelos Executivos de Vendas do setor fúnebre como “delicados”, o que faz com que a não aceitação, o pouco interesse ou até mesmo o interesse negativo por parte dos clientes seja inevitável, ao ponto de existirem situações de repulsas ao produto quando da abordagem pelo *telemarketing*:

Existem pessoas que dizem: “Minha filha, pare de ligar para mim, eu não quero, você está me agorando, ligue para isso, ligue para aquilo”. É, a gente encontra de tudo.
(Entrevista com Tulipa, realizada em 04 de abril de 2008)

Teve um que disse assim para mim, teve um que disse: “Você tem buraco aí?” Eu disse: “Tenho”, [o cliente respondeu] “Quando eu quiser eu vou me enterrar no seu buraquinho”. Foi. [o cliente respondeu] “Quando eu quiser, eu me enterro no seu”.
(Entrevista com Orquídea, realizada em 05 de março de 2008)

Ocorre, muitas vezes, que há um tabu em relação à aquisição desses produtos ou

serviços, os possíveis consumidores acreditam que adquiri-lo representa um agouro, um prenúncio da morte. E, caso adquiram, a morte ficará bem mais próxima:

Tem pessoas que na hora de dar os nomes dos dependentes para botar no plano funeral, aí quando vai dar o nome dos filhos diz: "Ave Maria! Ave Maria! Ave Maria! Meu Deus do céu! Eu não quero nem pensar numa coisa dessas". [pergunta] "Diga o nome?", [o cliente responde] "Meu Deus eu não quero nem botar esse nome. Não, não, não, não, pelo amor de Deus, meu filho, meu filho é muito novo". Aí reluta meia hora para poder dizer o nome para botar no plano funeral. O plano funeral é uma venda mais delicada do que a área, porque tem pessoas que compra a área e deixa para lá e o plano funeral, o plano funeral geralmente as pessoas compram quando já tem alguém velhinho na família, já pensando naquele velhinho e muitas vezes quem usa é até uma pessoa mais jovem. Aí o plano funeral as pessoas tem medo de dar o nome, tá entendendo? É um produto mais delicado porque [o cliente diz] "Eu estou comprando o meu caixão, o meu caixão. Meu Deus do céu!".

(Entrevista com Orquídea, realizada em 05 de março de 2008)

Entretanto esses clientes que a princípio não aceitam a ideia de possuir um produto ou serviço funerário são considerados um futuro consumidor para os vendedores do ramo fúnebre:

Existe dificuldade de aceitação por parte dos clientes?

Existe no *telemarketing* situações em que os clientes dizem "Vá tomar naquele canto...". É. [dizem] "Olhe não ligue não mais sua puta, sua isso, sua aquilo". Existe. [risos]. A gente responde "Tá bom. Desculpe!"

E o que é que vocês fazem?

Desligar o telefone na cara também não pode, porque a gente não pode ir muito por esse lado, porque a gente nunca diz: "Esse cliente não quer, vou jogar ele pra lá". A gente diz: "Esse cliente não quer no momento, mas em janeiro, fevereiro eu vou tentar de novo falar com ele". Pode ser que ele estava com algum problema, alguma coisa o fez rejeitar o produto dessa forma, mas daí a gente não descarta ele não, ele ainda fica na nossa mira.

Ate esses tipos de clientes vocês não descartam?

É. A gente trabalha em formas de relatório, a gente tem um agendamento aonde a gente vai agendando os clientes tudo direitinho, aí mais para a frente, no mês de janeiro mesmo eu já tenho vários.

Então se você ligar hoje e não consegue fazer o telemarketing, então vocês trabalham com o seguinte pensamento "Daqui a três meses eu vou ligar de novo", certo?

É. Aí eu já tenho que agendar para, vamos dizer, daqui a três meses. Em fevereiro, por exemplo, aí na minha agenda nova de fevereiro aí eu já passo esse cliente que eu falei hoje para fevereiro, que é para não existir o esquecimento, porque daí eu me perco, porque são muitas ligações que a gente faz. Olhe só em janeiro quantos não tem [mostra a tabela com os números de telefone dos clientes e as ligações para serem realizadas no mês]. Isso é tudo que eu tenho que ligar em janeiro, todos estão pedindo para janeiro. Olhe, está entendendo? Então a gente tem que ter um controle para a gente poder ir. O cliente diz: "Ah! Ligue no final do mês", "Ligue quando a promoção estiver próxima", aí a gente já marca a data.

(Entrevista com Tulipa, realizada em 04 de abril de 2008)

As vendas de produtos e serviços fúnebres se baseiam em pelo menos três tipos. Uma delas se consolida através da procura pelo próprio cliente, embora este tipo de situação raramente ocorra se baseia no interesse do consumidor em buscar informações sobre os produtos e serviços oferecidos pela empresa. Nesse tipo de venda, o provável cliente liga para

uma central telefônica e solicita de algum vendedor, informações para, eventualmente, realizar a aquisição, a Gerente de Vendas sorteia um vendedor para prestar informações e, realizar a venda. Caso esta seja efetivada, uma porcentagem da comissão é creditada à telefonista do escritório central e a outra parte é creditada ao vendedor sorteado.

Há também entre a equipe de vendedores do Grupo Parque das Flores o vendedor plantonista. A cada dia da semana um dos Executivos de Vendas fica de plantão no cemitério Parque das Flores para atender os clientes que vão até o local em busca de informações ou para atender aqueles que buscam informações através do contato telefônico diretamente com o cemitério Parque das Flores. O plantonista agenda um encontro com o cliente (na residência, no local de trabalho ou no cemitério) para a assinatura do contrato de adesão dos produtos e serviços que foram adquiridos. Caso a venda seja efetivada a comissão é creditada ao vendedor.

O segundo tipo de venda pessoal é a venda direta, que consiste na venda em que “os vendedores entram em contato direto com o consumidor, apresentando produtos ou serviços porta a porta, nas residências e nos locais de trabalho” (KOTLER e ARMSTRONG, 2003, p. 153). A abordagem realizada pela venda direta é considerada como uma abordagem corpo a corpo, realizada em empresas ou mesmo abordando possíveis clientes em quaisquer locais, conforme relato da Executiva de Vendas:

Olhe só, a gente procura, vamos dizer, a gente corre atrás de tudo, tudo onde exista a possibilidade da gente conseguir contato, a gente corre atrás, a gente procura associações para fazermos, tipo assim, parcerias no sentido de que eles nos forneçam a listagem dos funcionários. Nós apresentamos o produto e daí eles analisam e nos fornecem a relação dos funcionários da empresa. Nós trabalhamos também no sentido, vamos dizer, eu realizo uma venda numa rua, eu realizo uma venda ali e eu sei que é uma venda onde as pessoas que moram, que residem ali, ganham bem. O nível das pessoas se encaixa no padrão do Parque das Flores. Não que existe classes sociais, a gente não discrimina nenhuma classe social, mas pelo nível do cemitério, o nível do parcelamento, do produto, então a gente não pode dizer que não é qualquer pessoa que possa adquirir o Parque das Flores. Então a gente pede que se tire pelo computador a listagem daquela rua, daí a gente começa a trabalhar, fazendo trabalho naquela rua.

(Entrevista com Tulipa, realizada em 04 de abril de 2008)

O terceiro tipo de venda pessoal consiste no *telemarketing*. Atualmente o *telemarketing* se tornou a principal ferramenta de comunicação das vendas diretas e é definido como o uso do telefone para desempenho das atividades do *marketing* (KOTLER e ARMSTRONG, 2003, p. 447). O *marketing* por telefone é realizado de dentro para fora com a finalidade de vender produtos e serviços diretamente para os consumidores.

A equipe de Executivos de Vendas do Grupo Parque das Flores utiliza o *telemarketing* ativo que consiste na “mídia propriamente dita, pois é por meio dele que a

mensagem da empresa flui para o cliente potencial ou atual” (DIAS, 2005, p. 415). A aplicação do *telemarketing* ativo consiste na pré-venda, na venda e na pós-venda, garantindo a satisfação do cliente. Uma das Executivas de Vendas relatou que o *telemarketing* foi implantado na empresa com a finalidade de divulgar e vender os produtos e serviços fúnebres. No início do *telemarketing* a empresa alugou um espaço e contratou funcionários, quando esses profissionais conseguiam agendar uma visita aos clientes para informá-los sobre os produtos e serviços, repassavam as informações dos clientes para os vendedores que à época (início do ano de 2002) ficavam instalados no cemitério Parque das Flores.

Anos depois os próprios Executivos de Vendas passaram a realizar também o *telemarketing* nas dependências do cemitério Parque das Flores. Atualmente o *telemarketing* é realizado de duas formas: através de uma abordagem insistente em alguns bairros, quando os Executivos entram em contato com os moradores do bairro; e/ou através da listagem de possíveis clientes adquiridas em repartições públicas ou empresas, conforme relato da Executiva de Vendas:

Essa listagem eu faço assim, vamos supor, eu atendo alguém no bairro que eu vou entregar um contrato, vejo que o bairro é um bairro bom, umas casas boas, aí eu vejo que ali tem um campo, aí quando eu chego aí eu digo para ela [a gerente de vendas] pegar esse bairro aqui para mim, essa rua, então ela puxa [através do sistema da Telemar na internet] aquela rua aí ali, é uma listagem onde eu vou ficar ligando para aquelas pessoas, outras [listagens de possíveis clientes] vem [são adquiridas] de repartições públicas, outras [listagem de possíveis clientes] de pessoas de amigos meus que trabalham em alguns órgãos aí eu [pergunto]: “Dá para descolar uma lista de funcionários, de pessoas que eu possa fazer um *telemarketing*” outras [listagem de possíveis clientes] é de clientes que eu atendo que eu vejo que é um cliente que tem um relacionamento na empresa dele eu pergunto se ele pode abrir as portas para que eu possa fazer um trabalho lá dentro. Assim você vai formando a sua clientela dessa forma, foi assim que eu fui formando a minha clientela, meu marido trabalhou uma época como supervisor de vendas de uma empresa que trabalhava com condomínio daqui e como ele trabalhava com condomínio e tinha bom relacionamento com o síndico eu dizia: “Vê se tu consegue com esse síndico uma relação para mim fazer um trabalho nesse prédio, vê se tu consegue com esse síndico para mim botar um stand aqui, vê se tu consegue o menino para ele botar umas tabelinhas minhas na correspondência”. Então são ideias que você vai tendo, a partir daí a coisa vai desenrolando e como eu falei para você todo esse trabalho, todo esse resultado que eu tive esse mês foi tudo disso, de listagem que eu peguei, de pessoas que eu fui atender que eu disse: “Não tem como abrir não para mim ir amanhã no seu trabalho levar uma tabela para suas amigas?”. Eu acho que quase todo mundo aqui faz isso.

(Entrevista com Orquídea, realizada em 05 de março de 2008)

Outra estratégia utilizada pelo Grupo Parque das Flores para atrair os clientes, viabilizar as vendas, fixar os produtos e serviços e colocá-los sempre em evidência, são as promoções de vendas. As promoções de vendas são incentivos de curto prazo para estimular a compra ou a venda de um produto ou serviço. Ela oferece incentivos para o cliente comprar imediatamente (KOTLER e ARMSTRONG, 2003, p. 400). Dias (2005, p. 348) diz que o

papel da promoção de vendas está implícito em seu próprio nome: é uma técnica utilizada pelas empresas para promover e aquecer as vendas.

Dentre as principais ferramentas de promoção de vendas (amostras, cupons, pacotes promocionais, reembolsos em dinheiro, brindes, recompensa de fidelidade, demonstrações, concursos, sorteios e jogos), o Grupo Parque das Flores oferece aos seus prováveis clientes os pacotes ou descontos promocionais sobre os preços normais de seus produtos e serviços. Entre os meses de agosto a setembro do ano de 2006 o cliente que adquirisse um jazigo ficaria isento do pagamento das taxas de gavetas (no valor de quinhentos e oitenta reais) quando viesse a utilizar o jazigo⁷⁹. Ao término do tempo dessa promoção, se iniciou outra que compreendia a isenção da taxa de manutenção dos jazigos (no valor de duzentos e cinco reais) durante três anos (até o ano de 2010) para quem adquirisse jazigo no cemitério Parque das Flores durante os meses de outubro, novembro e dezembro de 2006.

No mês de janeiro de 2007 ocorreu outra promoção de vendas no cemitério Parque das Flores que compreendia um desconto para o cliente que adquirisse um jazigo na área “A” do cemitério. Pela tabela de aquisição de jazigos do Campo Santo Parque das Flores, o valor de um jazigo na área “A” adquirido imediatamente é de sete mil e quinhentos reais, caso o mesmo jazigo seja adquirido antecipadamente o valor a vista é de seis mil duzentos e oitenta e três reais, mas durante o período da promoção de vendas, o mesmo jazigo poderia ser adquirido no valor de dois mil e quinhentos reais, caso o pagamento fosse realizado imediato (a vista) ou por dois mil e oitocentos reais em oito parcelas mensais no valor de trezentos e cinquenta reais⁸⁰. Entretanto no dia 12 de janeiro de 2007 foi publicado um Decreto Estadual nº 3.555 que dispôs sobre a suspensão da eficácia de leis concessivas de aumento de servidores públicos do Estado de Alagoas, suspendendo os reajustes e gratificações nos salários dos servidores públicos estaduais; esta situação resultou numa greve geral dos servidores públicos estadual, afetando diretamente a economia do Estado. Com esse cenário, o Grupo Parque das Flores resolveu estender a promoção até o final do mês de maio.

⁷⁹ Para fazer uso dos jazigos no cemitério Parque das Flores, além do valor do jazigo, os clientes pagam uma taxa única quando for necessário fazer uso da área. Essa taxa, conhecida como taxa de gaveta, compreende a confecção do jazigo com placas de concreto armado. Além da taxa de gaveta, existe também a taxa de manutenção que é paga anualmente. A discussão sobre as taxas de utilização e preservação dos jazigos foi realizada no capítulo 3.2., intitulado: “A Empresariação do Morto no Brasil”.

⁸⁰ Os valores de aquisição de jazigos no cemitério Parque das Flores foram apresentados no capítulo 3.2., intitulado: “Empresariação do Morto no Brasil”.

4.3. Estratégias de vendas: “se não compra no amor, compra na dor”

Como os produtos e serviços fúnebres são considerados como delicados, os Executivos de Venda utilizam várias estratégias para apresentá-lo e vendê-los. Uma dessas estratégias é realizada quando da abordagem ao cliente e corresponde às palavras e formas de aproximação. Muitas vezes os vendedores usam a lógica da ocultação, suprimindo algumas palavras ou mesmo evitando alguns termos – a morte e o morrer são trocados por “ela” ou por “isso”, por exemplo⁸¹. Mas o tema da morte e do morrer não desaparece por completo do vocabulário dos Executivos de Vendas, pois se assim o fosse, os vendedores perderiam parte de suas funções. Então o que ocorre é que o vocabulário fúnebre é comumente substituído por outras palavras e terminologias.

A abordagem é uma das etapas do processo de venda pessoal que o vendedor precisa dominar com o objetivo de conquistar novos clientes, “durante a fase de abordagem, o vendedor deve saber como se dirigir ao comprador e dar um bom início ao relacionamento. Essa etapa abrange a aparência pessoal do vendedor, as frases de abertura e as observações subseqüentes” (KOTLER e ARMSTRONG, 2003, p. 429). Os Executivos de Venda do Grupo Parque reconhecem que a primeira abordagem é uma das etapas essenciais para consolidação de uma venda e para a conquista de um cliente e que é preciso utilizar algumas técnicas:

Outra coisa que eu acho bem interessante no trabalho da gente é que por ser um produto delicado a gente tem que medir as palavras. Não é o mesmo que está vendendo uma peça de roupa que você diz é lindo, é bom, é maravilhoso, tá entendendo? A gente tem que medir as palavras que a gente vai usar porque um vacilo que a gente der a gente perde uma venda, se você não souber, se você não direcionar bem o seu vocabulário, se você não sentir o cliente. Quando [a abordagem] é pessoalmente eu mesmo tenho uma boa percepção, com um olhar, com um gesto, entendeu? (Entrevista com Tulipa, realizada em 04 de abril de 2008).

As estratégias de abordagem utilizadas pelos vendedores para oferecer jazigo no Campo Santo Parque das Flores e o plano assistencial funerário Previparq das Flores quando do primeiro contato por *telemarketing* com o possível cliente, consiste primeiro em se apresentar como um pesquisador que faz parte do Departamento de Pesquisa e Promoções do Grupo Parque das Flores que deseja saber quem possui jazigo ou plano assistencial funerário. Caso o possível cliente responda que não possui nenhum produto ou serviço da empresa

⁸¹ A lógica da ocultação da morte e do morrer foi abordada no capítulo 1.2., intitulado: “Interditando, ocultando e banindo a morte e os mortos?”

então os Executivos de Vendas relatam quais os produtos e serviços existentes e quais os benefícios em adquiri-los:

Eu queria que você me dissesse como é que ocorre as vendas, como é feita a abordagem. Você já explicou um pouco que vocês fazem um serviço de telemarketing e que fica expondo o produto para o cliente?

O primeiro contato que temos com o cliente é de pesquisar se ele tem ou não esse produto. Se ele não tem, então pesquisa se o produto assusta ele. Eu sempre pergunto: “A ideia lhe assusta? Como é a ideia da compra de um produto desse na sua mente?” Eu sempre questiono isso com o cliente [se o cliente responder] “Não, não, para mim é uma coisa normal”. Quando ele dá uma abertura de que é normal, aí eu digo: “Olhe nós estamos com uma excelente promoção, você não gostaria de agendar um dia para que eu pudesse ir até a sua casa, levar os nossos *folders*, tabela, tirar as dúvidas?”. Quando a pessoa diz: “É pode ser. Ligue tal dia para marcar”, aí eu já tenho ele como um [cliente] agendado para mim. Eu tenho cliente ali na minha agenda se você ver que eu bato assim: “muito grosso”, “muito ríspido”, “não lida bem com o produto”. Porque cada vez que eu vou tentar ligar... Eu deixo passar uns seis meses, quando eu vou ligar e se o cliente... Uma vez eu liguei ele [o cliente] riu tanto, riu tanto, riu tanto. Eu botei [anotou na agenda que o cliente havia sorrido]. Quando eu liguei para ele depois passado assim uns quatro meses aí eu liguei. Ele atendeu. Eu disse “Eu vou dizer meu nome, mas eu tenho certeza que o senhor vai rir porque da última vez que eu falei com o senhor, o senhor riu tanto”. Aí ele disse: “A mulher do cemitério” [risos]. Ele já se lembrou. Aí eu disse “É, tem medo ainda da mulher do cemitério?”, aí a conversa já desenrolou de uma forma diferente.

(Entrevista com Orquídea, realizada em 05 de março de 2008)

Adquirir um produto ou serviço fúnebre não é o mesmo que adquirir um carro ou uma casa, por exemplo, pois esses são produtos desejáveis por proporcionarem uma alta satisfação imediata e grandes benefícios em longo prazo. Entretanto, é característica de todas as empresas a transformação de todos os seus produtos (mesmo os não desejáveis) em produtos desejáveis, agregando benefícios de longo prazo sem reduzir as qualidades dos produtos ou serviços (KOTLER e ARMSTRONG, 2003, p. 55). Então, para que os produtos e serviços fúnebres se transformem em produtos desejáveis, os vendedores utilizam a técnica de apresentá-los como um investimento, comparando-os a um seguro de carro, a um seguro de vida ou a um plano de saúde, que são serviços adquiridos por consumidores, mas que não desejam ser usados ou consumidos e, caso seja necessário fazer uso, o produto ou serviço estará sempre disponível:

A gente geralmente dá vários exemplos, como se fosse um seguro de um carro, como se fosse um plano de saúde. Ninguém faz pensando em acontecer e até mesmo sem querer a gente compra. A gente não compra porque quer, porque a gente gosta.

(Entrevista Angélica, realizada em 06 de março de 2008)

A apresentação da venda também é uma das etapas do processo de venda pessoal que consiste na história do produto que é contada ao consumidor, onde:

O vendedor descreve a característica do produto, mas se concentra em apresentar os benefícios ao cliente. Utilizando a abordagem da satisfação de necessidade,

começa pesquisando as necessidades do cliente, fazendo-o falar a maior parte do tempo. Essa abordagem requer boa capacidade para ouvir e habilidade para solucionar problemas. “Eu me considerado mais como (...), bom, um psicólogo”, observa um experiente vendedor. “Ouço o cliente. Ouço seus desejos, necessidades e problemas e depois tento encontrar uma solução. Se você não for um bom ouvinte, não vai obter o pedido”. Outro vendedor sugere: “Ter um bom relacionamento já não é mais suficiente. Você tem de entender os problemas de seus clientes. Tem de sentir o que eles sentem.” (KOTLER e ARMSTRONG, 2003, p. 430).

A Executiva de Vendas Rosa confessa que na apresentação da venda do produto e do serviço, o vendedor se torna muitas vezes um “psicólogo”, ouvindo não só as necessidades de cada cliente, mas a história de vida de cada pessoa, histórias emotivas que incluem também perdas familiares.

Para vender produtos e serviços o vendedor não deve persuadir seus clientes, a menos que tenha plena convicção de que seus produtos atendam suas necessidades (DIAS, 2005, p. 310). Todos os Executivos de Vendas do Grupo Parque das Flores confessam que a lógica da empresa é não forçar uma venda, mas uma venda conscientizada em que o cliente adquiriu o serviço ou produto consciente daquilo que está sendo comprado.

Todos os Executivos de Vendas utilizam a palavra conscientização para se referir ao seu trabalho. Identificamos, portanto seis lógicas que perpassam nos discursos que os Executivos de Venda chamam de conscientização do cliente. A primeira lógica é a naturalização da morte que se configura na retórica do “todos nós vamos morrer um dia”. A lógica da naturalização é acompanhada da lógica da necessidade, configurada na ideia de que “se a morte é inevitável, então o produto é essencial”. A outra lógica é a comparação com o serviço público, na retórica da comparação com o serviço público está explícita outra lógica: a dos benefícios que o consumidor obterá com os produtos ou serviços. A lógica da comodidade (financeira e prática) está presente na ideia de que através de um custo menor e de apenas uma ligação, o cliente vai resolver tudo. Outra lógica é a da venda propriamente dita, onde conscientizar o cliente significa que ele está apto a adquirir o produto e/ou o serviço.

A lógica da naturalização consiste na ideia de que a morte é a única certeza da vida, com isso os produtos e os serviços funerários oferecidos pelo Grupo Parque das Flores se tornam necessários, essenciais e fundamentais:

Então nosso trabalho, eu costumo dizer a nossos clientes que nosso trabalho real é a conscientização e que a venda é uma consequência. Então independente de linguagem de cada um pra cada um, é esse o trabalho primordial que a gente faz, a gente conscientiza, um com jeito mais metódico outro com jeito mais agressivo, outros tentam fazer uma certa amizade com o cliente para que o cliente venha a confiar em você para comprar o produto, mas o nosso trabalho em si, independente

de linguagem é dessa forma. E assim a gente tenta conscientizar, conscientizar de que é importante: “Imagina o senhor se acontecer dessa forma”. Usando as vezes o comparativo do nosso serviço, do serviço da empresa com o serviço público, que esse é o nosso carro chefe, entendeu? [...] A linguagem é assim, a gente tenta ser o mais agradável possível com o cliente. [...] O trabalho do parque das flores, o carro chefe é dignidade e respeito e também comodidade a gente usa muito assim, a gente tenta entrar naquele lado mais apelativo, sentimental de dizer “Imagina o senhor, no momento que perder um ente querido, além da dor que o senhor vai ter que perder e a dor material, porque é bem mais caro”. Então a gente tenta, como eu disse desde o início, conscientizar. [...] Então a gente entra nesse lado, porque ele [o cliente] vai lembrar no momento que a gente fala no sepultamento que ele foi no [cemitério] São José que tem aquela sujeira e aquilo outro e do lado financeiro que pro cliente é o mais importante. Principalmente aquelas pessoas mais tradicionalistas que dizem: “Ah! Bota lá dentro”, mas e a família vai querer? Então a gente tenta sempre muitas vezes nós somos até investigador mesmo, porque a gente tenta puxar do cliente aquele *feellingzinho*, aquela brechazinha que ele dá: “Ah! Mais o enterro no [cemitério] São José, mas imagina o senhor no enterro no [cemitério] São José dessa forma”. E dessa forma acontece assim, a gente mostra como é mais ou menos o serviço e a venda termina acontecendo.

(Entrevista com Narciso, realizada em 06 de abril de 2008).

Para conscientizar o cliente de que os produtos e os serviços oferecidos pelo Grupo Parque das Flores são necessários, os Executivos de Venda compararam os serviços oferecidos pelo setor público, sobretudo o cemitério de São José administrado pela Superintendência Municipal de Controle e Convívio Urbano (SMCCU) da cidade de Maceió que atualmente atende a maior demanda do município. Segundo o chefe do Departamento de Administração de Cemitérios da SMCCU, Múcio Moura, há atualmente uma média de trezentos sepultamentos por mês nos oito cemitérios públicos da cidade, sendo que quinze por cento desses sepultamentos são realizados no cemitério de São José que recebe em média dez enterros por dia⁸². Em conversa informal, um dos funcionários da SMCCU informou que não há como a administração controlar toda demanda dos sepultamentos nos cemitérios públicos da capital alagoana já que ocorrem muitos enterros e não há informatização das informações, nem profissionais suficientes para controlar a demanda e que, como há uma intensa procura nesses cemitérios, os restos mortais dos sepultados são retirados após três anos para que a área seja reutilizada.

Nesse sentido, a comparação com o cemitério público é inevitável no trabalho de conscientização realizado pelos Executivos de Vendas do Grupo Parque das Flores. Histórias sobre o acúmulo de corpos, de desorganização, de retirada de restos mortais antes de completar o prazo de três anos e até de desaparecimento de restos mortais no cemitério de São José são contadas pelos vendedores para conscientizar os futuros clientes da necessidade da aquisição dos produtos e dos serviços oferecidos pelo Grupo Parque das Flores:

⁸² Informações obtidas em conversa informal com o chefe do departamento de administração de cemitérios da SMCCU, Múcio Moura, realizada em 14 de julho de 2008.

A gente também fala muito do cemitério público, porque não era para acontecer mais a área pública não tem respeito, não tem dignidade. Na realidade o [cemitério] Parque das Flores a gente vende o quê? A gente vende os serviços, a gente tá vendendo os serviços. Cemitério público é complicado, cada dia a tendência é ficar piorando, não tem aquele respeito, devia ter porque quantas famílias por ai não tem condições ainda de ter uma área aqui no Parque das Flores, mas infelizmente são cemitérios públicos e não funciona assim entendeu? A família deixa ali, muitas das vezes não dá um ano, eles vão lá, cavam, joga fora, tá entendendo? Então assim, é complicado. Então assim, é um resto mortal de um ente querido da pessoa, de uma mãe, de um pai, de um filho. Então machuca né? Imagine aquela pessoa que não tem condição e que tá machucado e quando chega lá e não encontra mais. Então assim, quem tem condições compra aqui no cemitério Parque [das Flores]. E quem não tem? Não é? É complicado.

(Entrevista com Angélica, realizada em 06 de março de 2008)

Para que os futuros clientes optem pela aquisição dos produtos e serviços oferecidos, os Executivos de Vendas do Grupo Parque das Flores utilizam a lógica do benefício. Ao comparar os produtos e serviços do Grupo Parque das Flores com os serviços oferecidos pelo setor público, os vendedores exploram o discurso dos benefícios que o consumidor obterá, com o objetivo de que estão prestando um serviço e não um favor (DIAS, 2005, p. 310), conforme relato da vendedora Rosa:

Tem gente que não conhece [o cemitério Parque das Flores], a gente vai falar um pouco, a gente fala realmente do [cemitério] Parque [das Flores], o que é o [cemitério] Parque [das Flores], os benefícios que o [cemitério] Parque [das Flores] traz para quem compra um jazigo no [cemitério] Parque [das Flores]. Então com esse trabalho a gente consegue também conscientizar.

E quais são os benefícios?

Benefício que a gente fala é assim. Quando a gente mostra que é um jazigo para família, é uma coisa de herdeiros para hereditários. E o benefício que a gente mostra é que é um cemitério com um certo [pausa] Ele tem um respeito pelo cliente onde ele vai dar todo o serviço naquele momento que o cliente mais precisa, que é aquele momento que o cliente também está fragilizado, que é o momento que ele perdeu um ente querido. Então a gente mostra para ele [o cliente] que é uma empresa responsável onde ele [a empresa] vai dar todo serviço para o cliente na hora que ele [o cliente] precisa, como capela. A gente tem um padrão que é o padrão todo na grama, com placas, com tudo.

(Entrevista com Rosa, realizada em 27 de abril de 2008)

Para conscientizar os clientes dos benefícios que o produto e o serviço oferecem, os vendedores utilizam, muitas vezes, o apelo emocional recorrendo ao discurso de uma morte menos sofrida e da lembrança do familiar morto. Esse apelo emocional é utilizado principalmente quando os vendedores comparam os sepultamentos nos cemitérios públicos com os sepultamentos que ocorrem no cemitério Parque das Flores:

A empresa já faz o trabalho institucional, de conscientização, de prevenção, de desmistificar que todo o sepultamento tem que ser feio, tem que ser mórbido. Lógico que a gente sente a dor, mas que não tem que ser aquela coisa triste, sofrida, dolorida ao extremo. A empresa ela faz tudo isso, mas o nosso trabalho, não só o meu, mas como de toda equipe, influencia de certa forma sim. Às vezes cômica, às vezes mais séria, às vezes mais taxativa pro cliente de que a prevenção é o melhor remédio se a morte ela acontece pra todo mundo, ela acontece para todo

mundo. Então se acontece para todo mundo, porque não se prevenir? Por que não se prevenir? Encarar de uma outra forma, de uma outra perspectiva da morte, não como uma morte morreu, acabou, botei lá no cemitério e não vou nem lá e sim como a morte assim, pôxa, vai acontecer, mais cedo ou mais tarde vai acontecer, mas quando acontecer eu vou dar um lugar digno, um lugar de respeito, um lugar que eu posso ir dar uma caminhada, espairecer. Ir fazer minhas orações e lembrar, ter pensamentos bons daquela pessoa, lembranças boas daquela pessoa que ta ali, entendeu? O trabalho da gente dá uma outra perspectiva da morte, se a gente pode falar assim, dá sim uma outra perspectiva.

(Entrevista com Monsenhor, realizada em 07 de março de 2008)

O meu trabalho com certeza ajuda a conscientizar eles [os clientes]. Nós fazemos realmente um trabalho de conscientização e as vezes eu deixo mesmo bem claro, mesmo quando não compra eu digo: "Mas ou senhor ou a senhora está conscientizado que realmente é uma necessidade ter uma área aqui". [...] Geralmente tem aquela rejeição, [o cliente] toma aquele susto porque é um jazigo, porque é um lugar onde ele vai se enterrar, onde ele vai botar um ente querido dele, geralmente tem. Mas tem que comprar mesmo, não tem para onde correr não, *se não compra no amor compra na dor*, ou vai ser jogado num cemitério público.

(Entrevista com Angélica, realizada em 06 de março de 2008, grifos nossos)

A comodidade financeira e prática é um dos principais atrativos do consumo de produtos e serviços fúnebres. A aquisição de um jazigo parcelado em dez, vinte, trinta ou quarenta meses equivale a obtenção de um desconto de até trinta e três por cento do valor de um jazigo de uso imediato. O mesmo ocorre com o serviço funeral, onde, por uma parcela de trinta, quarenta ou sessenta reais mensais, o consumidor não mais arcará com as despesas de um funeral (aquisição de caixão e flores, aluguel de capela, taxa de sepultamento, etc.):

Na verdade não é um produto aceitável que as pessoas queiram comprar, elas compram por necessidade, por prevenção. Principalmente fugindo disso aqui olha (faz um gesto com as mãos simulando gasto financeiro) e fugindo disso (mostra uma tabela com os valores dos jazigos e destaca o valor do jazigo no uso imediato), desse valor. Pode acreditar nisso que os que compram estão fugindo desses valores, sempre existiu alguém que teve que comprar nesses valores, então corre para comprar aqui.

(Entrevista com Tulipa, realizada em 04 de abril de 2008).

A lógica da praticidade também está inserida no discurso da comodidade. Os Executivos de Vendas utilizam a retórica de que quando ocorrer algum óbito, o cliente através de apenas um telefonema para a central telefônica do Grupo Parque das Flores aciona toda uma equipe que estará prontificada a tomar todas as providências necessárias para higienizar, limpar, vestir o corpo, colocá-lo num caixão, ornamentar a urna, levá-lo ao cemitério e sepultá-lo:

A gente deixa muito claro, a gente tem essa preocupação de deixar claro para o cliente de que ele tá comprando o terreno, mas quando ele vai precisar usar ele vai ter umas taxas de serviço. Então quando a gente mostra essas taxas de serviço, a gente mostra também o plano, a gente oferecemos o plano funeral onde vai dar a tranquilidade para o cliente na hora, no momento né? Na hora, no momento em que ele vai precisar usar, a gente vai dar essa tranquilidade para ele. Ele não vai precisar estar em busca de funerária, ele não vai tá em busca de flores, ele não vai precisar tá em busca de vir aqui no [cemitério] Parque [das Flores] para reservar

capela entendeu? Porque o plano funeral ele já vai dar, fazer toda essa parte, além de dar assistência com o corpo, vamos dizer de vestimenta, vai dar assistência das flores, da urna, vai buscar se tiver em qualquer interior de Alagoas, em casa, no hospital, ele vai fazer toda essa parte de traslado, higienização. Então a gente mostra essa tranquilidade que o cliente um dia vai ter na hora que ele precisar, que realmente dar essa tranquilidade, o cliente apenas numa ligação ele vai resolver tudo isso.

(Entrevista com Rosa, realizada em 27 de abril de 2008).

Por fim, poderíamos dizer que o trabalho de conscientização realizado pelos Executivos de Vendas do Grupo Parque das Flores consiste na venda propriamente dita, ou seja, em fazer com que o possível cliente tenha noção do que está sendo adquirido. Mitford (2000, p. 151) admite que o desenvolvimento e a prosperidade da indústria fúnebre consistem, acima de tudo, na crença do *funeral director* em si próprio e nos seus produtos. Os princípios de gestão do *marketing* preconizam que o que leva o cliente a acreditar na empresa é, dentre outras coisas, o discurso dos vendedores e as estratégias de vendas desenvolvidas, mas para que isso ocorra é necessário que os próprios vendedores acreditem na empresa e nos produtos e serviços que estão oferecendo. Entre os Executivos de Vendas do Grupo Parque das Flores o discurso da crença na empresa e nos produtos é recorrente. Conscientizar o cliente implica em vender, em conscientizar o cliente de que ele deve adquirir o produto. Porém, há outros atrativos para atrair o cliente, tais como o uso dos meios de comunicação de massa pelas empresas.

4.4. O *Marketing* do morrer

A utilização dos meios de comunicação de massa, da propaganda e da publicidade permite o acesso ao consumo, pois comunicam à sociedade os códigos culturais que estão presentes nos bens e serviços. É nesse contexto que a divulgação e exposição da morte e dos produtos e dos serviços funerários nos meios de comunicação de massa têm sido uma das premissas utilizada pela indústria do funeral com o objetivo de atrair novos consumidores.

A série *Six Feet Under* exibida pelo canal televisivo *Home Box Office* (HBO) é um exemplo da exposição dos serviços funerários nos meios de comunicação. O primeiro episódio da série foi transmitido nos Estados Unidos em 03 de junho do ano de 2001, ao todo foram sessenta e três episódios, e após cinco temporadas, encerrou em 21 de agosto de 2005.

A trama se desenvolve em torno de uma fictícia empresa fúnebre, a *Fisher & Sons Funeral Home*, e dos dramas sociais vividos pela família Fisher, abordando os temas da morte e outros assuntos como infidelidade, homossexualidade e religião. Cada episódio se iniciava com a morte de um cliente da funerária e era em torno desta morte que a trama se elaborava, com os personagens refletindo sobre suas vidas. No Brasil a série foi estreada em 06 de julho de 2005, com o título: “A Sete Palmos”, sendo exibida pelo Sistema Brasileiro de Televisão (SBT), HBO e *Warner Channel*.

No início do ano de 2008 foi criado na Alemanha o primeiro canal funerário do mundo que consiste em homenagear pessoas falecidas através do serviço de obituário televisionado transmitido pela Rede *Ethos TV*. Anualmente morrem cerca de oitocentas mil pessoas na Alemanha e o tele-obituário, com cerca de dois minutos de duração, é retransmitido quase dez vezes por dia.

O tema da morte e do morrer está presente também em revistas e jornais. A revista norte-americana *Mortuary Management* é uma publicação semanal que circula desde o ano de 1914 abordando assuntos relacionados à indústria de serviços fúnebres é voltada para os *funeral directors* e traz uma contínua análise sobre o serviço mortuário, incluindo: estratégias para auxiliar a indústria fúnebre a aumentar sua produtividade, aconselhamento jurídico, técnicas de mercado e uso das inovações tecnológicas. Já o jornal semanal *Funeral Monitor* circula semanalmente no cotidiano fúnebre norte-americano, apresentando relatórios e tendências do setor funerário.

Se para comunicar a morte é preciso torná-la atraente, a *Cofanifunebri*, uma empresa italiana produtora de caixões, utiliza desde o ano 2003 como estratégia de *marketing* para vender seus produtos a divulgação de um calendário com um forte apelo erótico e sensual. Em cada mês mulheres seminuas aparecem próximas a um modelo diferente de caixão.

No Brasil as indústrias do funeral utilizam vários atrativos para informar, lembrar, difundir e divulgar seus produtos e serviços. Algumas *websites* se dedicam a informar assuntos fúnebres e divulgar empresas que atuam no setor funerário. A funerária *online* (FOL)⁸³ é uma *website* dedicada exclusivamente para divulgar classificados de empregos e negócios, fóruns de discussão, informações sobre cursos, dicas sobre saúde, além de um guia funerário contendo cadastros com nomes e endereços de treze associações de assistência familiar, duzentos e oitenta e quatro cemitérios (a maioria cemitérios parques), trinta e dois crematórios, cento e vinte seis fábricas de urnas, quatro mil seiscentos e quatorze funerárias,

⁸³ Informações sobre a funerária *online* disponível em: <<http://www.funerariaonline.com.br>>. Acesso em 05 abr. 2008.

cento e vinte e dois comércios (incluindo artigos funerários cirúrgicos), trinta e sete entidades (incluindo administrações de cemitérios e outros órgãos ou entidades envolvidos diretamente e indiretamente com o morrer), cento e seis indústrias (incluindo indústria de velas, de veículos fúnebres e de coroa de flores), vinte empresas de paramentação, duzentos e trinta e sete planos assistenciais e trinta e nove empresas de cerimonial para velórios.



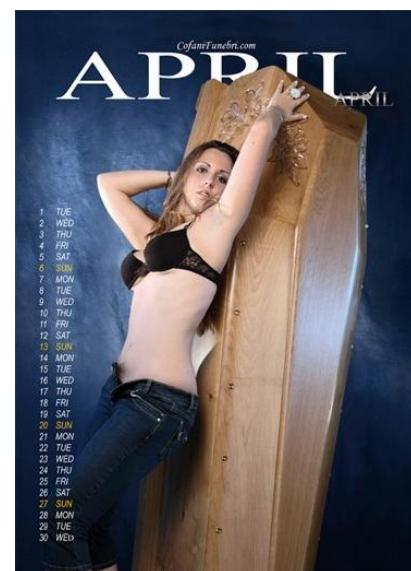
Fotografia 47: Calendário do mês de agosto de 2005 para divulgação dos caixões fabricados pela empresa *Cofanifunebri*.
(Disponível em:
<http://www.cofanifunebri.com/calendario-2005.htm>). Acesso em: 05 mai. 2008)



Fotografia 48: Calendário do mês de março de 2006 para divulgação dos caixões fabricados pela empresa *Cofanifunebri*.
(Disponível em:
<http://www.cofanifunebri.com/calendario-2006.htm>). Acesso em: 05 mai. 2008)



Fotografia 49: Calendário do mês de janeiro de 2007 para divulgação dos caixões fabricados pela empresa *Cofanifunebri*.
(Disponível em:
<http://www.cofanifunebri.com/calendario-2007.htm>). Acesso em: 05 mai. 2008)



Fotografia 50: Calendário do mês de março de 2006 para divulgação dos caixões fabricados pela empresa *Cofanifunebri*.
(Disponível em:
<http://www.cofanifunebri.com/calendario-2008.htm>). Acesso em: 05 mai. 2008)



Fotografia 51: Calendário do mês de maio de 2009 para divulgação dos caixões fabricados pela empresa *Cofanifunebri*. (Disponível em: <<http://www.cofanifunebri.com/calendario-2009.htm>>. Acesso em 05 mai. 2008).

A revista Diretor Funerário, voltada para os profissionais que atuam no ramo funerário brasileiro, oferece informações sobre o ramo funerário brasileiro e mundial.

Mas é com a propaganda que as empresas projetam suas imagens, informam e divulgam seus produtos e serviços aos possíveis consumidores. Dentre as estratégias propagandísticas utilizadas pelas empresas do ramo funerário para divulgar os produtos e serviços nos meios de comunicação de massa, é recorrente a utilização de imagens de paisagem (céus, nuvens, florestas, etc.) acompanhadas por músicas românticas ou clássicas. Um comercial para TV da Funerária Gonzaga, localizada na cidade de Governador Valadares, no Estado de Minas Gerais, possui quinze segundos de duração e apresenta cinco imagens com paisagens naturais que são acompanhadas pelo som de uma música clássica e pela voz de um locutor que narra as mensagens que vão surgindo quando cada imagem é revelada. Já o comercial de TV do Sistema Prever Assistência Familiar, localizado na cidade de São José do Rio Preto, no Estado de São Paulo, possui trinta segundos de duração e apresenta doze cenas com imagens cotidianas, acompanhada por locuções e por mensagens.

A Funerária Central, localizada no município de Barueri, no Estado de São Paulo, divulgou em um programa local de televisão um *merchandising*⁸⁴, com um tom jocoso, para

⁸⁴ *Merchandising* é definido por Dias (2005, p. 349) como: “uma técnica de ajustamento e adequação do produto ao mercado consumidor, ele envolve as atividades de escolha do produto a ser produzido, e assim toma decisões quanto ao tamanho, aparência, formato, embalagem, cores, quantidades a serem fabricadas ou compradas, épocas de produzir ou comprar, linha de preços a ser estabelecida, etc.” Dessa maneira o *merchandising* é “a operação

transformar os produtos e serviços em necessidades, desejos e utilidades. O apresentador do programa Conversa de Botequim aparece ao lado de um jovem chamado Pedrão, por trás dos dois há uma TV de plasma exibindo, com letras na cor branca sob um fundo azul, a logomarca da Funerária Central e a mensagem: “Funerária Central. www.funerariacentral.com.br”. Os dois (o apresentador do programa e Pedrão) iniciam um diálogo num clima alegre e descontraído:

- Apresentador: “Muito bem! O Programa Conversa de Botequim sempre a frente de seu tempo e, claro, sempre inovando no ramo publicitário. E hoje Pedrão, nós vamos falar do que?”
- Pedrão: “Olha, hoje nós vamos falar de mais um parceiro do Programa Conversa de Botequim. É o seguinte, se você está pensando em morrer, ou se não tá pensando pelo menos sabe que vai morrer, não sabe?”
- Apresentador: “É verdade. É destino certo”
- Pedrão: “Você vai morrer, sabia?”
- Apresentador: “Com certeza. Você vai também”
- Pedrão: “E você que está em casa também vai morrer”
- Apresentador: “Isso é verdade”
- Pedrão: “Então você não pode deixar de conhecer a Funerária Central, porque morrer é triste, agora mais triste é ir pro cemitério de uma maneira sem graça e sem vergonha”
- Apresentador: “É verdade. Ir totalmente desconfortável, num caixão que você não sabe se o fundo vai aguentar”
- Pedrão: “Numa Caravan daquelas bem horrorosa, porque tem funerária com esse tipo de carro ainda!”
- Apresentador: “Tem funerária que usa esse tipo [de carro]. Que é aquela *Caravanza* e ainda o cara vai batendo atrás e segurando o defunto, não é verdade?”
- Pedrão: “Exatamente. Mas na Funerária Central não tem nada disso”
- Apresentador: “Claro que não!”
- Pedrão: “As melhores urnas. As melhores condições de pagamento. Você paga em trinta e seis, setenta e oito, oitenta vezes a sua urna funerária”
- Apresentador: “E olha, faz o financiamento sem consulta ao SPC, Serasa. Você pode ter nome no protesto, não tem problema nenhum, a gente aceita até cartão de crédito. Olha! com prazo de validade vencido”
- Pedrão: “E na hora de ir para a sua última morada você vai de primeira classe. Vai numa *caranga* bonita e toda a família atrás, buzinando e tocando buzina pela cidade. Você tá pensando o quê?”. Ambos sorriem.
- Apresentador: “E se falar que viu no Programa Conversa de Botequim ganha uma coroa de flores Pedrão!”
- Pedrão: “Exatamente! E quanto você pagaria por tudo isso? Não responda ainda, pois a missa de sétimo dia, a Funerária Central também marca pra você”
- Apresentador: “E a de trigésimo dia é inteiramente grátis. Você não paga nada para levar. Tudo isso na Funerária Central”.
- Pedrão: “E se falar que assistiu no Conversa de Botequim, duas carpideiras grátis para chorar na beira do seu caixão. Você não pode deixar de participar dessa promoção da funerária central, www.funerariacentral.com.br”
- Apresentador: “Agora se você falar o nome do Edson. Ele que é o dono da Funerária Central. Você tem um desconto de quarenta e cinco por cento. Estou falando quarenta e cinco por cento só pela palavra Edson, eu vi no Conversa de Botequim”

- Pedrão: "Há mais de quinze anos no mercado nenhum cliente da Funerária Central voltou para reclamar"
- Apresentador: "Olha, Pedro, certeza de um bom negócio. Você não pode perder tempo. Você tem que ligar agora e, claro, adquirir o seu modelo básico, o seu modelo *stand* e o seu modelo extra luxo".
- Nesse momento o apresentador e Pedrão caminham na direção de três urnas funerárias que estão expostas no ambiente ao seu lado esquerdo
- Pedrão: "Olha! Dá uma olhada na qualidade dos caixões e ainda vai ganhar as velinhas viu! As velas. É tudo igual a aniversário, com velinhas, carpideiras. O seu velório vai se tornar um grande evento, amigo telespectador"
- Apresentador: "É verdade"
- Pedrão: "Quanto vale tudo isso já que tá indo embora desse mundo? Vá no melhor estilo. Vá de Funerária Central. Você pode ir no *simplão* [aponta para o modelo básico do tipo de caixão que está exposto]. Você pode ir no *mai ou meno* [aponta para o outro tipo de caixão, o modelo *stand*]. Você pode ir no *xique no último* [aponta para o terceiro tipo de caixão que está exposto, o modelo extra luxo]"
- Apresentador: "E olha, você quer outros modelos? Não perca tempo, ligue agora ou acesse o site www.funerariacentral.com.br e tem diversos modelos"
- Pedrão se dirige para o apresentador segura-o pela cintura e diz, em referência ao peso do apresentador: "E faz sob medida"
- Apresentador: "É verdade. Para mim tem que ser sob medida"
- Pedrão: "E reforçado no fundo".
- Apresentador: "Reforçado. Com alças cabeça de leão. Tem também essa alça tipo varão [aponta para a alça do caixão modelo extra luxo]. Tem a tipo varão. Tem essa daqui que é uma alça para seis pessoas [mostra a alça do caixão modelo extra luxo]. De repente você não tem tantos amigos assim, você só tem quatro amigos"
- Pedrão: "Tem de quatro alças também"
- Apresentador: "Tem de quatro alças?"
- Pedrão: "Opa! Não vai, você não vai ficar a pé"
- Apresentador: "Não! De jeito nenhum"
- Pedrão: "Funerária Central, empresa que vai levar você pro buraco meu filho [começa a sorrir]. Não perde esta oportunidade. www.funerariacentral.com.br. Olha! Embalsama. Se a sua sogra morre em São Paulo, morreu aqui, e se você quer mandar ela pra Austrália tem traslado internacional, num caixão bacana. Pode levar até naquele de papelão. Aquele de caixa de uva? Tem também. Não tem problema, porque sogra não merece muito, né verdade?".
- Ambos sorriem.
- Apresentador: "E além de tudo, pra sogra, você enterra e depois de sete dias eles retiram o caixão e crema, pra ter certeza mesmo que a 'véia' desapareceu"
- Ambos sorriem.
- Pedrão: "Exatamente. Olhe não deixe de participar do consórcio da Funerária Central. Compre um no nome da sua sogra e se ela for contemplada o assassinato é gratuito para enterro imediato"
- Ambos sorriem.
- Pedrão: "Dá uma olhada só que beleza essa qualidade de caixão" [mostra para o telespectador o tipo de caixão modelo *stand*]
- Apresentador: "Olha é muito bom. É um caixão *stand*. De primeira linha e claro ele é todo em MDF e é um caixão de primeira categoria. Tá certo ou não Pedrão?"
- Pedrão: "Tá certo"
- Nesse momento sai de dentro do caixão modelo *stand* um jovem que diz: "E além de tudo é confortável".
- Todos sorriem bastante.
- Apresentador: "É isso ai. Não perca tempo. Funerária?
- Todos [o apresentador, Pedrão e a terceira pessoa que saiu de dentro de um dos caixões]: "Central".
- Terceira pessoa: "Com ar condicionado e tudo".
- Todos sorriem.

O Grupo Parque das Flores também investe na propaganda e na publicidade, sendo uma das poucas empresas fúnebres no Brasil a divulgar intensamente seus produtos e serviços nos meios de comunicação de massa, através de comerciais de TV e *merchandising* que abordam diretamente a temática da aquisição de jazigos e de planos assistenciais funerários.

Um comercial de televisão que divulga o cemitério Parque das Flores, de trinta segundos de duração, vinculado em outubro de 2003, mostra seis cenas em que aparece um casal de idoso e algumas mensagens, acompanhadas por narrações:

- 1^a cena: Senhor olhando para trás. Mensagem: “Tempo”. Narração: “Quantas vezes você olhou pra trás e achou que o tempo passou?”.
- 2^a cena: Senhora olhando para trás. Mensagem: “Vida”. Narração: “Quantas vezes você olhou pra trás e sentiu que a vida passou?”.
- 3^a cena: Casal. Narração: “Quantas vezes você ainda vai precisar olhar para trás pra perceber que o tempo e a vida...”
- 4^a cena: Casal se abraça. Narração: “... não estão lá trás, estão sempre ao seu lado?”
- 5^a cena: Casal caminha pelo cemitério Parque das Flores. Mensagem: “Olhe pra frente”. Narração: “Olhe pra frente”
- 6^a cena: Casal continua caminhando pelo cemitério. Mensagens: “Campo Santo Parque das Flores”, “Jazigos em até 40 vezes iguais [aparece o número do telefone]”. Narração: “Campo Santo Parque das Flores, jazigos em até quarenta vezes iguais”.

Outro comercial de TV vinculado em junho de 2005, com trinta segundos de duração, mostra várias cenas com imagens do cotidiano do cemitério Parque das Flores e algumas mensagens acompanhadas por narrações:

- 1^a cena: Entrada do Campo Santo Parque das Flores. Narração: “Aqui no Parque é assim...”.
- 2^a cena: Mestre de Cerimônias do cemitério. Narração: “... A gente cuida de tudo”.
- 3^a cena: Jardim do cemitério, um funcionário surge com um cortador de gramas, aparando as gramas do campo-santo. Narração: “Apara as gramas...”.
- 4^a cena: Flores sendo regadas. Narração: “... Rega as plantas...”.
- 5^a cena: Funcionária varrendo as calçadas de acesso aos jazigos do cemitério. Narração: “... limpa as ruas, deixa tudo impecável”.
- 6^a cena: Funcionária coloca um jarro de flores em uma das prateleiras da floricultura Flores do Parque. Narração: “A gente tem mais que fazer isso mesmo”.
- 7^a cena: Funcionários no interior da floricultura Flores do Parque preparando um arranjo de flores. Narração: “no Campo Santo Parque as Flores respeito e dignidade...”.
- 8^a cena: Funcionário do cemitério limpa uma lápide de um jazigo. Narração: “... Não tem preço”.
- 9^a cena: Jazigos do Parque das Flores. Narração: “Ligue”. Mensagem: “adquira jazigo em até 40 vezes iguais [aparece o número do telefone]”.
- 10^a cena: Funcionário do cemitério rega as plantas. Narração: “Afinal...”.
- 11^a cena: Funcionária da floricultura Flores do Parque coloca um jarro de flores em um jazigo. Mensagem: “atendimento 24 horas”. Narração: “... Estamos cuidado da memória das pessoas que lhes são mais preciosas...”.
- 12^a cena: Jazigos do cemitério. Narração: “... De quem você jamais vai esquecer”. Mensagem: “Campo Santo Parque das Flores [aparece o número do telefone]”.

Os eventos comemorativos (Dia dos Pais, Dia das Mães, Natal, Dia das Crianças e Dia da Saudade) também são divulgados através de comerciais de TV. No Dia da Saudade do ano

de 2007, um comercial com trinta segundos de duração, mostrou quatorze cenas com imagens do Campo Santo Parque das Flores, acompanhadas de narrações e de mensagens:

- 1^a cena: Jazigos do cemitério. Narração: “Para você homenagear quem tanto ama...”.
- 2^a cena: Pessoas colocando flores nos jazigos do cemitério. Narração: “O Parque das Flores vai realizar mais um Dia da Saudade. Este ano haverá uma grande programação”.
- 3^a cena: Pessoas sentadas em cadeiras, no interior do cemitério, sugerindo participarem de algum evento. Mensagem: “1 de Novembro 9 h Missa”. Narração: “Nos dias um, dois e três...”.
- 4^a cena: Pessoas andando pelo cemitério Parque das Flores. Mensagem: “1º de Novembro 15h – Orquestra de Câmara da UFAL”. Narração: “... De novembro”.
- 5^a cena: Pessoas tocando instrumentos. Narração: “Culto evangélico”
- 6^a cena: Missa realizada nas dependências do cemitério. Mensagem: “1º de Novembro 16h – Ato Carismático da Saudade”.
- 7^a cena: Coral da Universidade Federal de Alagoas. Mensagem: “2 de Novembro 8h30 – Culto”. Narração: “Corufal”.
- 8^a cena: Orquestra de Câmara da UFAL. Mensagem: “2 de Novembro 10h e 16h – Missas”. Narração: “Orquestra de Câmara da Universidade Federal de Alagoas”.
- 9^a cena: Pessoas tocando instrumentos. Mensagem: “2 de Novembro 12h – Grupo de dança Cláudio Souza”.
- 10^a cena: Pessoas cantando. Narração: “Ato carismático”.
- 11^a cena: Crianças se divertindo no espaço recreativo infantil instalado no interior do cemitério. Mensagem: “2 de Novembro 15h – Corufal”. Narração: “E espaço infantil, tudo isso preparado...”.
- 12^a cena: Pessoas assistindo uma missa celebrada no interior do cemitério. Mensagem: “3 de Novembro 15h – Grupo de Dança Cláudio Souza”. Narração: “... Com muito carinho, pra você relembrar...”.
- 13^a cena: Jazigos no cemitério. Mensagem: “3 de Novembro 16h – Missa”. Narração: “... Os bons momentos da vida”.
- 14^a cena: Imagem da entrada do cemitério. Mensagem: “Campo Santo Parque das Flores [aparece o número do telefone]”. Narração: “Campo Santo Parque das Flores, suas melhores lembranças vivas para sempre”.

As campanhas promocionais de jazigos no Parque das Flores também são exibidas em comerciais de TV. A campanha de isenção do pagamento das taxas de gavetas (no valor de quinhentos e oitenta reais) quando da utilização do jazigo, para o cliente que adquirisse concessão de jazigo entre os meses de agosto a setembro do ano de 2006, foi divulgada através de um comercial de trinta segundos, em que apareciam várias imagens com cenas cotidianas do cemitério, seguidas das mensagens: “Adquira jazigo em até 40 vezes iguais 3305-1700”, “Bônus de R\$ 580,00 na prestação de serviços”, “Atendimento 24 horas”, “Campo Santo Parque das Flores [aparece o número do telefone]” e da narração:

Dar o melhor de si para as pessoas que amamos é tudo. Cuidar com carinho para que as boas lembranças sejam eternas. Isso nós fazemos todos os dias aqui no Parque. Adquirindo jazigo familiar nos meses de julho e agosto você ganha um bônus especial de quinhentos e oitenta reais na prestação de serviços. Campo Santo Parque das Flores, suas melhores lembranças vivas para sempre. Ligue [locutor narra o número do telefone].

A campanha de isenção da taxa de manutenção dos jazigos (no valor de duzentos e cinco reais) durante três anos (até o ano de 2010) para quem adquirisse jazigo no cemitério

Parque das Flores durante os meses de outubro, novembro e dezembro de 2006, foi divulgada através de um comercial, de trinta segundos de duração, exibido durante a programação local de TV, mostrando cenas do cemitério Parque das Flores, seguidas por mensagens: “Jazigos em até 40 vezes a partir de R\$ 125,47 mensais”, “1^a anuidade administrativa só em 2010”, “Ligue: 3305-1700”, “Campo Santo Parque das Flores [aparece o número do telefone]”, e da narração:

O Parque das Flores está com uma oportunidade pra lá de imperdível. Durante este mês de novembro você adquire jazigos em até quarenta vezes iguais e você só paga a primeira anuidade administrativa em dois mil e dez. Essa chance você não pode perder. Ligue [locutor narra o número do telefone] e adquira agora. Cuidar com carinho de quem a gente ama é tudo. Campo Santo Parque das Flores, aqui suas melhores lembranças ficarão vivas para sempre.

No final de dezembro de 2006 foi exibido um comercial de TV, de trinta segundos de duração, em que um apresentador local de programas de TV, Wilson Júnior, divulgou uma promoção do Campo Santo Parque das Flores que compreendia um desconto para os clientes que adquirissem jazigos na área “A” do cemitério. No comercial, o apresentador dizia:

Neste mês de janeiro o Parque das Flores oferece uma grande oportunidade para você adquirir jazigos familiares com mais de sessenta por cento de desconto. De seis mil duzentos e oitenta e três reais por apenas dois mil e quinhentos reais a vista ou em até oito vezes iguais. Este sim é um grande investimento. Você não pode perder esta chance de dar mais tranquilidade para a sua família. Ligue [locutor narra o número do telefone] e fale com os nossos executivos. Parque das Flores, aqui suas melhores lembranças ficarão vivas para sempre.

Neste comercial de TV o apresentador aparecia caminhando em vários locais do cemitério e algumas mensagens iam surgindo: “Mais de 60% de desconto”, “Jazigos na área “A” por R\$ 2.500,00 em até 8x de R\$350,00”, “Mais tranquilidade”.

No mês de fevereiro do mesmo ano, outro comercial de TV divulgou a continuidade da promoção do mês de janeiro, o apresentador Wilson Júnior narrava:

Devido ao grande sucesso da nossa promoção, o Parque das Flores coloca a sua disposição as últimas unidades de jazigos familiares por um preço imperdível, são apenas oito parcelas de trezentos e cinquenta reais ou dois mil e quinhentos reais a vista. São as últimas unidades pra você aproveitar mais essa chance de oferecer tranquilidade para a sua família. Ligue agora [locutor narra o número do telefone]. Parque das Flores, aqui suas melhores lembranças ficarão vivas para sempre

Enquanto o apresentador falava, apareciam várias imagens do cemitério e algumas mensagens iam surgindo: “Últimas Unidades na área “A””, “8 x 350,00”, “a vista 2.500,00” e “Ligue [aparece o número do telefone]”.

Além de comerciais de TV, o Grupo Parque das Flores realiza o *merchandising* diário em um programa de TV local – Plantão Alagoas –, da TV Alagoas, canal 05. No mês de março do ano de 2007, o Diretor Comercial e de *Marketing* do Grupo Parque das Flores,

Eugênio Sampaio, foi ao Plantão Alagoas para divulgar a promoção de desconto para o cliente que adquirisse jazigo na área “A” do cemitério Parque das Flores. Nesse *merchandising* houve uma chamada ao vivo, diretamente do cemitério, onde o Supervisor de Vendas falou sobre a promoção, mostrou a área “A” com poucas unidades disponíveis para a venda, convidou toda a família alagoana para adquirir jazigos pelo preço promocional até o dia 31 de março, disse que o Parque das Flores se preocupava com o bem estar de seu concessionário e lembrou que no cemitério existiam capelas, floricultura, lanchonete e estacionamento próprio. Em seguida, o apresentador do Plantão Alagoas, Oscar de Melo, e o Diretor Comercial e de *Marketing* do Grupo Parque das Flores, reforçaram a promoção e lembraram que o agendamento e a efetivação da compra terminariam no dia 31 de março.

Os serviços prestados pelos funcionários da Central de Velórios também são divulgados em comerciais que são vinculados na programação local de TV. O plano assistencial funerário PréVida é um dos serviços do Grupo Parque das Flores mais divulgados, possuindo um *merchandising* diário no programa de Plantão Alagoas, além de vários comerciais.

Outras formas de divulgação dos produtos e serviços do Grupo Parque das Flores são realizadas através de *folders* e de uma *website* que divulga todos os empreendimentos e eventos e possui espaço para notícias cotidianas dos temas mais diversos e de notas de falecimento (Disponível em: <<http://grupoparque.com.br>>. Acesso em: 03 mai 2006). O Grupo Parque das Flores possui também um boletim informativo gratuito, o *InFamília*, que publica vários artigos sobre e temática fúnebre e divulga eventos e os empreendimentos.

O *InFamília* de agosto do ano de 2006, ano IV, nº 7, teve uma tiragem de dez mil exemplares e trouxe um artigo produzido pela Assistente Social do Grupo Parque das Flores, intitulado: “Compreendendo o luto”. O informativo divulgou o Dia das Mães, realizado no segundo domingo do mês de maio no cemitério Parque das Flores, a Funerária São Matheus, como a líder no setor de funerárias e o Programa Nacional de Qualidade (PNQ) dos cemitérios e crematórios. No espaço intitulado: “Mural do Parque” divulgou o falecimento de um jardineiro do Campo Santo Parque das Flores, a abertura de mais uma loja do PréVida no bairro do Prado em Maceió e a equipe de vendas do PréVida da cidade de Arapiraca. O espaço intitulado: “Pra viver sorrindo!!!” trazia algumas piadas.

O *InFamília* do mês de novembro de 2006, ano IV, nº 03, teve uma tiragem de dez mil exemplares e trouxe um artigo intitulado: “Qual é o papel do cemitério e do funeral no processo de luto?”. Divulgou o III Encontro PréVida e o lançamento do PréVida empresarial. No espaço “Mural do Parque” divulgou o Dia dos Pais no Campo Santo Parque das Flores e a

distribuição de *kits* de lanches pelos funcionários às crianças dos bairros do Canaã e Benedito Bentes, em comemoração pelo dia das crianças. Trouxe ainda piadas no espaço “Pra viver sorrindo!!!”.

O *InFamília* de agosto de 2007, ano V, nº 3, teve uma tiragem de vinte mil exemplares e trouxe um artigo produzido pela consultora e escritora motivacional Leila Navarro, intitulado: “Qualidade de vida, em busca da felicidade” e divulgou o IV Encontro PréVida. No espaço “Mural do Parque” divulgou um treinamento intensivo em técnicas de vendas realizado entre os vendedores do PréVida, a website do Grupo Parque das Flores e o curso de alfabetização dos funcionários do Campo Santo Parque das Flores. Trouxe também informações sobre a loja do PréVida da cidade de Arapiraca e piadas no espaço “Pra viver sorrindo!!!”.

Em novembro de 2007, o *InFamília*, ano V, nº 04, teve uma tiragem de vinte mil exemplares e trouxe um artigo produzido pela Assistente Social do Grupo Parque das Flores, intitulado: “Uma reflexão sobre o tempo”. Divulgou o IV Encontro PréVida, o Dia da Saudade no cemitério Parque das Flores e a aula prática realizada na cidade de Penedo pela turma de alfabetização dos funcionários do Grupo Parque das Flores. No espaço “Mural do Parque” divulgou o aumento de dois mil por cento no crescimento do plano assistencial funerário PréVida, a doação de sangue dos funcionários do Grupo Parque das Flores ao hemocentro do Alagoas, o cultivo de uma pequena horta no jardim anexo ao cemitério Parque das Flores e a loja do PréVida no centro de Maceió. No espaço “Pra viver sorrindo!!!”, vinculou algumas piadas.

O *InFamília* de agosto de 2008, ano VI, nº 02, teve uma tiragem de dez mil exemplares e trouxe um especial de trinta e cinco anos do Campo Santo Parque das Flores, intitulado: “Especial 35 anos: Resgate às memórias, eternamente vivas, dos seus idealizadores”, um artigo produzido pela Assistente Social do Grupo Parque das Flores, intitulado: “Como posso ajudar?” e outro artigo, intitulado: “Por que acredito na educação empresarial?” produzido pela Especialista em Educação Empresarial Celina Araújo. Divulgou os sorteios de brindes realizados entre os clientes do PréVida, a manutenção do cemitério Parque das Flores e a participação dos Diretores do Grupo Parque das Flores no II Encontro Nacional de Administradores de Cemitérios e Crematórios. No espaço “Mural do Parque” foi divulgada a campanha de prevenção contra a gripe realizada entre os funcionários do Grupo Parque das Flores, a visita do Diretor Comercial e de Marketing do Grupo Parque das Flores na Vila dos Idosos na cidade de Palmeira dos Índios, a participação do PréVida na Feira do Empreendedor, na cidade de Maceió, a presença de alguns funcionários do Grupo Parque das

Flores no IV Fórum de Responsabilidade Social, na cidade de Maceió, um treinamento realizado entre os funcionários do Campo Santo Parque das Flores e a festa de São João realizada entre os funcionários do Grupo Parque das Flores.

No mês de novembro de 2008, o *InFamília* ano VI, nº 03, teve um espaço intitulado “curiosidades”, onde explicou a origem da palavra cemitério e Dia de Finados. Trouxe também dois artigos, um intitulado: “Recordar é viver” produzido pela Assistente Social do Grupo Parque das Flores e o outro intitulado: “A finitude humana no século XXI”, produzido pela Estagiária de Psicologia do Grupo Parque das Flores, além de um espaço lembrando os trinta e cinco anos do cemitério Parque das Flores. No espaço “Mural”, antes “Mural do Parque”, divulgou o curso de alfabetização dos funcionários do Campo Santo Parque das Flores, o livro “Dom Casmurro: a encenação de um julgamento” e a visita do Diretor Comercial e de *Marketing* do Grupo Parque das Flores ao Clube Sempre Vivas na cidade de Palmeira dos Índios.

A constante exposição dos produtos e serviços do Grupo Parque das Flores nos *mass media*, consiste, em parte, pelo fato de que a TV Alagoas (hoje a única no Estado de Alagoas a retransmitir duas emissoras de televisão: o SBT (Sistema Brasileiro de Televisão) através do canal 05 e a Band (Rede Bandeirantes de Televisão) pelo canal 38), implantada no ano de 1982 pela empresa Sampaio Rádio e Televisão Ltda., tem como proprietário um dos sócios fundadores do Campo Santo Parque das Flores.

Por outro lado, essa exposição dos produtos e serviços fúnebres nos *mass media* também está atrelada ao processo de aceitação, ou seja, ao que Bourdieu (2006, p. 163) chama de conluio objetivo de interesses, que passa tanto pela divulgação, quanto pela crença no produto (tanto por parte do mercado que oferece os serviços e produtos, quanto por parte dos consumidores).

Durante

**No espelho de sua própria morte cada homem redescobre
o segredo de sua individualidade.
(Phillipe Ariès)**

A nova cultura fúnebre, como já foi aqui ressaltada, fez com que a tradicional *toilette* funerária realizada com os cadáveres, passasse das mãos da família para as mãos de profissionais especializados. E esse processo é decorrente de uma série de fatores surgidos com as mudanças ocorridas no campo ritual da morte, tais como: a *esthétique de la disparition*, a interdição e ocultação da morte e dos mortos, o deslocamento do lugar da morte, a solidão dos moribundos, etc.

O que vemos é que os cuidados com o morto (lavar, vestir, barbear, pentear, aparar as unhas, etc.) que antes eram ritos familiares, estão sendo transferidos para as empresas. E nesse contexto, outros serviços vão sendo criados, tais como: tanatopraxia, formolização, necromaquiagem, restauração facial, etc., com o objetivo de amenizar as aparências da morte, conservando no corpo os ares familiares e alegres da vida (ARIÈS, 2003, p. 255), fazendo do morto um quase vivo (ARIÈS, 1990, p. 654), conforme observou Ariès (2003, p. 269) em análise sobre as técnicas de conservação de cadáveres realizadas pelos especialistas da morte norte-americanos:

Na América de hoje, as técnicas químicas de conservação servem para fazer esquecer o morto e criar a ilusão do vivo. O quase vivo vai receber pela última vez seus amigos, em um salão florido ao som de uma música suave ou grave, mas nunca lúgubre.

Esses ritos de limpeza e purificação estão relacionados ao sentido mágico que é atribuído aos cadáveres e à morte, conforme observou Thomas (1991, p. 118-119):

Lavar el cadáver no satisface únicamente las exigencias de la higiene y el decoro: equivale, para la imaginación, a eliminar la sociedad de la muerte.

[...]

En primer lugar, el aseo purificador elimina el riesgo de contagio de la muerte, creencia inevitablemente vinculada con la fantasía universal de la impureza del cadáver, y en muchos lugares la regla de las abluciones no se aplica solamente al cadáver, sino también a todos los que lo tocaron o estuvieron cerca y a los objetos que pertenecían al difunto.

Os ritos de purificação são acompanhados por outros ritos que demonstram respeito ao defunto:

A decir verdad, no se trata tan sólo del aseo mortuorio sino del conjunto de ritos funerarios que demuestran el respeto y el apego que se siente por el difunto: buen entierro, bella tumba, visitas frecuentes al cementerio, cantos y alabanzas, luto riguroso, cuidado de las reliquias, oraciones para las almas del purgatorio, etc (THOMAS, 1991, p. 120).

Na contemporaneidade grande parte dos rituais que são realizados imediatamente após atestada a morte de algum indivíduo são praticados por profissionais adequados. Em nossa cultura e no contexto de atuação dos Grupos, os serviços são realizados por uma variedade de profissionais fúnebres.

5.1. Necro-profissionais: especialistas que lidam diretamente com o morrer

Os funerais norte-americanos são realizados por profissionais especializados em pompas fúnebres: os *funeral director*. Nos Estados Unidos essa é uma profissão definida legalmente. Para se tornar um *funeral director* é necessário a aquisição de uma formação universitária e filiação a uma associação especializada⁸⁵. Já em Portugal não existe nem formação qualificada nem legislação específica para se tornar um especialista da morte (os *fossoyeurs portugais*), isso faz com que os *funerals directors* norte-americanos sejam percebidos pelos *fossoyeurs* portugueses como “vrais professionnels” (SARAIVA, 1993, p.05). Saraiva (1993, p. 08) discute a diferença dos agentes de pompas fúnebres portugueses para os especialistas da morte norte-americanos:

Les agents de pompes funèbres montrent eux aussi un net plaisir à affirmer qu’ils n’ont pas de difficulté à déplacer des corps putréfiés, à se confronter aux aspects de la mort vus par la société comme les plus polluants. De tels propos ne s’entendent jamais de la part d’un *funeral director*, toujours préoccupé d’affirmer qu’il est le vecteur indispensable de la victoire sur la mort et qui limite strictement les remarques ou les plaisanteries de cet ordre aux échanges faits « en coulisses » avec ses collègues (grifo da autora).

No Brasil o Ministério do Trabalho e Emprego (MTE) disponibilizou em 2002 uma nova Classificação Brasileira de Ocupações (CBO) que reconhece, nomeia, codifica e descreve as ocupações no mercado, instituindo uma nova classificação para os agentes fúnebres e determinando as funções dos sepultadores e dos operadores de forno de serviços funerários⁸⁶.

De acordo com a CBO são agentes funerários os tanatopraxistas, os atendentes funerários e os auxiliares de funerária. A CBO determina que para se tornar um agente

⁸⁵ A atuação dos *funerals directors* na indústria do funeral norte americana foi explorada no capítulo 3.1., intitulado: “Indústria do funeral norte-americana”.

⁸⁶ Informações sobre a Classificação Brasileira de Ocupações (CBO) do Ministério do Trabalho e Emprego (MTE) disponível em: <<http://granulito.mte.gov.br/cbosite/pages/home.jsf>>. Acesso em: 28 mai. 2008.

funerário é necessário a conclusão do ensino fundamental. Os agentes funerários são profissionais que realizam tarefas referentes à organização de funerais, providenciam registros de óbitos e demais documentos necessários; providenciam a liberação, remoção e traslado de cadáveres; executam preparativos para velórios e sepultamentos; conduzem o cortejo fúnebre; preparam cadáveres em urnas; ornamentam as urnas; executam a conservação de cadáveres por meio de técnicas de tanatopraxia ou embalsamamento, substituindo fluidos naturais por líquidos conservantes; e embelezam cadáveres aplicando cosméticos específicos⁸⁷.

A CBO considera como sepultador os coveiros e os oficiais de obras cujas funções são: auxiliar nos serviços funerários; construir, preparar, limpar, abrir e fechar sepulturas; realizar sepultamento; exumar e cremar cadáveres; trasladar corpos e despojos; conservar cemitérios, máquinas e ferramentas de trabalho e zelar pela segurança do cemitério. O exercício da ocupação de sepultador requer o ensino fundamental, sendo que o desempenho pleno das atividades deverá ocorrer somente após um ano de experiência⁸⁸.

Para se tornar um necro-profissional (agentes fúnebres, jardineiros ou mestre de cerimônias) do Grupo Parque das Flores é necessário apenas obter a aceitação da empresa e a aprovação em alguns testes classificatórios. Esses necro-profissionais lidam diretamente com a morte e com os mortos, diferentemente dos Executivos de Vendas que lidam indiretamente com a morte e o morrer.

Os agentes fúnebres da Funerária São Matheus do Grupo Parque das Flores realizam os serviços de higienização e limpeza dos cadáveres, ornamentação do caixão e transporte do cadáver ao local em que será velado e sepultado. Esses serviços são realizados com os clientes

⁸⁷ A CBO considera que os agentes funerários devem atuar em sete as áreas de atividades (prestar o primeiro atendimento à família; preparar documentação; providenciar funeral; remover o corpo; preparar o corpo; organizar o ceremonial e comunicar-se) e dezenas competências (transmitir confiança; dar provas de paciência; ouvir; agir com discrição; identificar-se com a profissão; demonstrar habilidade para negociação; identificar a pessoa adequada para conversar; evitar preconceitos; controlar-se emocionalmente; trabalhar com ética; manter boa postura profissional; atualizar-se; manusear cosméticos para necromaquiagem; administrar o *estress*; demonstrar conhecimentos técnicos e legais; manter sigilo) (Disponível em: <<http://granulito.mte.gov.br/cbosite/pages/pesquisas/BuscaPorTituloResultado.jsf>>. Acesso em: 28 mai. 2008).

⁸⁸ A CBO considera que as áreas de atividades do sepultador e operador de forno de crematórios são: abrir sepulturas; realizar o sepultamento; cremar corpos, membros e despojos; confeccionar carneiros; exumar cadáveres; trasladar corpos e despojos; fazer conservação dos cemitérios; conservar máquinas e equipamentos; zelar pela segurança do cemitério; comunicar-se. São consideradas competências pessoais do sepultador e operador de forno de crematório a execução das tarefas com presteza; o manejo dos caixões; a demonstração educação e paciência; a responsabilidade com o serviço realizado; a utilização de equipamentos de proteção individual; a assiduidade ao trabalho; a manutenção da aparência; a discrição; a integridade dos companheiros; a utilização de equipamentos de proteção coletiva; o manejo de máquinas e equipamentos (tratores e roçadeiras); a postura diante da família do falecido; a presteza; a tolerância à odores; a demonstração de bom preparo psicológico; o respeito às opções religiosas; a resistência física; a capacidade de conviver com situações imprevistas; o interesse e a capacidade de desenvolver outros trabalhos (Disponível em: <<http://granulito.mte.gov.br/cbosite/pages/pesquisas/ResultadoFamiliaAtividades.jsf>>. Acesso em: 28 mai. 2008).

particulares (externos) e com clientes associados ao plano assistencial funerário Previparq das Flores. Mas, os agentes fúnebres também podem prestar serviços para os clientes associados do plano funerário PréVida (e os agentes funerários que realizam suas funções na Central de Velórios para atender exclusivamente aos clientes do PréVida podem auxiliar os agentes funerários da Funerária São Matheus), tendo em vista que os atendimentos realizados nos associados do PréVida são em número muito superior que os atendimentos dos associados do Previparq das Flores, já que os agentes funerários que atendem exclusivamente os associados do plano assistencial funerário PréVida realizam uma média diária de cinco ou seis serviços em cadáveres e mais de duzentos sepultamentos mensais. Isto significa que oitenta por cento dos atendimentos a óbitos realizados por todos os agentes fúnebres do Grupo Parque das Flores são de clientes associados ao plano funeral PréVida.

Os agentes fúnebres da Funerária São Matheus atendem de dois a três óbitos por dia, sendo que oitenta por cento são de clientes associados ao Previparq das Flores e vinte por cento de clientes externos (não associados a nenhum plano assistencial funerário). Os procedimentos realizados nos cadáveres são iguais tanto para os clientes associados ao plano assistencial funeral PréVida ou Previparq das Flores, quanto para os clientes particulares/externos. A única diferença é que os clientes particulares negociam os valores dos serviços diretamente com a funerária e os clientes do plano apenas aguardam a realização dos serviços, conforme relato do agente fúnebre Girassol:

Tanto a gente pode prestar serviços para ele [PréVida], quanto eles [os agentes fúnebre que atendem óbitos de associados do PréVida] podem prestar pra gente. São nós três hoje aqui, se eu sair, viajar e outros dois saírem pra fazer um serviço e aparecer outro [óbito] a gente pode requisitar [o auxílio dos agentes fúnebres que realizam serviços para os associados do PréVida]. Entra em contato com responsável para ele liberar duas pessoas pra fazer o serviço, prestar serviço pra gente.

Mas é o mesmo procedimento?

O mesmo procedimento.

O mesmo serviço que os agentes do PréVida fazem com os clientes do PréVida, vocês fazem aqui também?

É. Nós fazemos.

Lá deve ter bem mais?

A quantidade de serviço lá é bem maior do que aqui.

Vocês atendem quantos por dia, tem uma média?

Por dia aqui as vezes a gente faz dois, três, as vezes passa dois, quatro dias, sem ter nada. O último que a gente fez veio lá do Parque das Flores, foi o pai do Cícero Amélia [Deputado Estadual de Alagoas], foi domingo, não, foi segunda. Aí temos terça, hoje é quarta sem fazer nada.

São quantas pessoas que vão?

Duas. Pra fazer o serviço?

É.

Duas pessoas, que no caso é os dois agentes, que a gente não tem auxiliar, são os dois agentes que vão.

E são sempre dois?

Sempre dois. Hoje tem três e amanhã são dois, porque tem um de férias, aí a gente vai mesclando o turno e sempre dá normal.

Sempre um agente fica aqui e dois vão prestar o serviço?

É.

Fica um aqui porque pode ser que apareça outro serviço né?

É. Aí no caso aqui, vamos supor, amanhã só tá eu e o Antúrio, aí se sair nós dois pra fazer um serviço, mas tem Acácia e Violeta [secretária e atendente da Funerária] aqui, que no caso também elas vão ajudar, se o Malmequer sair e eu ficar sozinho, precisando um serviço, aí tiver ou a Acácia ou a Violeta aqui, aí eu posso sair com qualquer uma das duas.

Elas vão também?

Elas ajudam também. É como a gente fala: “Pega na massa também”.

(Entrevista com Girassol, realizada em 02 de setembro de 2008)

Um dos agentes fúnebres que exerce a função há mais de quinze anos, diz que entrou nessa profissão como vigilante particular de uma funerária, até o momento em que um dos agentes fúnebres da funerária o chamou para vestir um corpo no Instituto Médico Legal (IML), a partir dessa experiência mudou de profissão e se tornou um agente da funerária:

Como é que foi o começo?

Eu comecei como vigia aqui nessa rua certo? Aí conheci um rapaz da funerária, aí ele disse: “Quer vir trabalhar aqui de vigia?”. Aí eu disse: “Vou.”. Aí eu comecei, trabalhei de vigia lá e teve um dia que ele me chamou pra ir vestir um corpo lá no IML. Eu fui. Era noite, umas onze horas da noite.

Você foi vestir?

Sim. Eu nunca tinha vestido, quando eu cheguei lá tava chovendo, tava lá, tinha uns oito corpos que tava lá, aí ele disse: “Fica aí, eu vou lá dentro”. Aí eu fiquei, fiquei, depois tive um medo [risos]. E eu disse: “Oxel!”. Aí fui lá pra dentro, pronto, quando eu cheguei lá ele disse: “E aí? Já vestiu?”, Eu disse: “Rapaz, consegui não” [risos]. Ele disse: “Você á com medo?”. Eu disse: “Não, tô não”. Só que na realidade eu tava com medo né [risos].

Então ele veio mais eu e vestiu, mas naquele momento eu gostei de vestir, porque aí foi que eu fui, fui vestir na [hospital] Santa Casa, aí fui vestir no [hospital] Santa Juliana, aí me interessei. Eu só não me interessei de vestir no IML, porque o IML é desorganizado né? Aí pronto. Eu dei banho, limpei e pronto.

A partir daí você começou a ficar como agente?

Foi. Aí comecei como agente.

Mas você fez algum curso ou começou assim mesmo?

Não, não fiz nenhum curso, comecei assim mesmo. Fui pegando a prática.

(Entrevista com Crisântemo, realizada em 20 de agosto de 2008).

Outro agente fúnebre que exerce a profissão há mais de treze anos diz que também iniciou suas atividades no ramo fúnebre fazendo vigilância em uma funerária, depois se tornou motorista, até virar agente funerário. Durante a entrevista lembrou que a dificuldade encontrada no início da profissão foi o cheiro dos cadáveres.

O cheiro da morte é uma das dificuldades encontradas por grande parte dos agentes fúnebres quando do início de suas atividades como necro-profissionais, como lembra o agente fúnebre Antúrio que iniciou suas atividades há dois anos e oito meses, após a indicação de uma funcionária do Grupo Parque das Flores. Antes, Antúrio havia trabalhado como fiscal de uma loja de departamento durante oito anos:

Agora o que é mais difícil no início é o fato de você ter o contato [com o óbito] e logo após você almoçar, por exemplo, o fato de você comer, principalmente o IML, uma pessoa aberta, não sei se você já viu, ela cheira muito, mesmo uma pessoa inteira. O cheiro é forte, é muito forte. Eu senti aquele cheiro de frango [risos]. Aquele cheiro frio, e logo depois que eu acabei de sair do IML coincidiu de a minha esposa não pôde fazer meu almoço e a minha cunhada fez almoço pra mim e mandou frango guisado. Aí foi terrível, não desceu.

(Entrevista com Antúrio, realizada em 15 de setembro de 2008).

A desodorização da morte foi uma das táticas de ocultamento do morto surgida com a noção de salubridade do pressuposto médico-higiênico. No Brasil a medicalização da morte ocorreu no início do século XIX e trouxe como consequência a reeducação dos cheiros e sons, conforme observou Reis (1991, p. 264-266) em análise sobre o cotidiano fúnebre no Brasil do oitocentos:

A vigilância olfativa mas também a vigilância auditiva tornaram-se lemas da campanha médica. O cheiro simbolizava a presença dos miasmas na atmosfera, perigo a ser evitado e combatido. O cheiro da morte devia ser excluído de entre os vivos.

[...]

Os médicos expunham nova sensibilidade olfativa, ensinavam a vigiar o cheiro da morte, a temê-lo, evitá-lo e inclusive a não disfarçá-lo, por exemplo, com o aroma de incensos.

Uma das estratégias para amenizar os efeitos da morte é transformar o “morto cadáver” em “morto manequim”, num processo que implica em não identificar os cadáveres como seres humanos, desumanizando-os e anulando-os de qualquer vestígio que possa fazer referência à sua identidade. Essa é uma técnica realizada pelos profissionais de anatomia que procuram minimizar os impactos da morte de várias maneiras, a fim de romper com todo vínculo humano que possa trazer sofrimento ao profissional conforme observou Concone (1983. In: MARTINS, 1983, p. 35-36):

A estratégia pessoal mais comum, contudo, é a de não ver tais corpos como homens (alguns conseguem mais rápida e facilmente que outros, é óbvio, mas este é sempre o caminho)

[...]

A dificuldade surge cada vez que a identidade do morto se insinua, ou que a presença da vida se insinua. Uma aluna se referiu ao choque de encontrar na Anatomia uma mão de unhas longas e pintadas. É evidente que este detalhe de vaidade feminina faz insinuar a vida e, humanizando o cadáver, anula o esforço de desvesti-lo de identidade. [...]

Sugestivo é o depoimento de um jovem médico, que viu morrer mal dera entrada ao P.S. um paciente desconhecido, com uma parada cardíaca. Todo esse desconhecimento foi rompido por um incidente banal, que recolocando a identidade humana desse desconhecido, lhe construiu uma identidade *ad hoc* que, embora precária, levou o jovem médico a profunda depressão: o fato banal, foi que ao cair morto o homem, tombou-lhe da cabeça a peruca. Tal fato bastou para criar o vínculo de humanidade. É este vínculo que precisa ser rompido a todo custo para evitar o sofrimento (grifo da autora).

Um dos agentes fúnebres lembrou que uma das dificuldades iniciais foi perceber o morto como uma pessoa que parece que está sentindo dor. Porém, com o passar do tempo, foi percebendo o “morto cadáver” como “morto manequim”, já que a sensação de que morto estava sentindo dor foi desaparecendo com o tempo:

Agora me vinha a mente, hoje isso já diminuiu bastante, não digo que acabou, mas diminuiu bastante, porque nós chegamos no hospital e [o cadáver] tá dentro de um saco e vinha uma interrogação, no início isso era muito, muito, o que é que eu vou ver quando eu abrir esse saco? A primeira pessoa que eu fui pegar, a primeira pessoa, foi uma senhora, no HPS [Unidade de Emergência Armando Lages], ela tinha a perna amputada, diabetes. Aí eu não esqueci, eu vi aquele corpo ali e é muito esquisito porque você vai mexer com ele e parece que ele ta sentindo dor, principalmente na hora de você colocar uma pinça desse tamanho no nariz adentro, com algodão, então é aquele cuidado que é como se tivesse doendo, por isso que as vezes a gente pede pra família não assistir aquilo, tem gente que diz: “Não. Eu quero ver e tal”, mas quando começa a ver aquela pinça ali, sai. Então no início a dificuldade também é essa, parece que o corpo está sentindo dor, e que vai desaparecendo com o tempo.

(Entrevista com Antúrio, realizada em 15 de setembro de 2008).

Essa estratégia de desumanizar o cadáver não deve ser totalmente presente entre os profissionais fúnebres, já que estes lidam com a família enlutada no momento de dor da perda de um ente. Então, em alguns momentos é necessário sentir a dor da família, conforme observou o agente fúnebre Antúrio:

Agora o que é difícil até hoje é o contato com os parentes, a perca, o choro, o sofrimento, aquilo ali não tem como acostumar, vez por outra eu estou pelos cantos, chorando aqui, disfarçadamente, porque o desespero, aquela angústia, aquela gritaria, aquilo ali não tem como acostumar.

[...]

O meu trabalho, veja bem, é basicamente pegar corpo. Basicamente é pegar corpo. Eu procuro ser o mais humano possível no trato com a família, a pessoa apesar de estar morta mais toda dor do defunto, toda dor do defunto, foi passado para o parente.

A [Funerária] São Matheus me dá condições de eu trabalhar e ser humano com as pessoas, de não querer me aproveitar da dor, do desespero, do sofrimento daquela pessoa. De repente o meu trabalho, naquele momento ali é ser o mais humano, eu procuro ser mais humano possível, entender o lado de quem ta sofrendo, de quem ta chorando, por quê? Bom há pouco tempo eu passei por isso. Meu avô, meu avô paterno morreu no começo de janeiro, final de dezembro não to lembrado bem. Então foi a minha vez, depois que eu comecei a trabalhar nisso, foi a minha vez de passar pelo momento difícil, então você vê, toda minha família, pessoas vinda do interior, leigas, totalmente leigas, sem saber que direção tomar e eu. Aí você vê, eu perdi um avô, mas mesmo assim quem era que tava em mais condições de agir?

Você. Todo mundo vai procurar você, mesmo porque sabe que você trabalha com isso.

Aí foi a minha vez. Mas graças a Deus o senhor Jose Luis [sócio-proprietário da Funerária] que me deu um apoio. O pessoal aqui foi lá e, enfim, eu tive esse apoio. Então, como é que você perdeu um parente e ainda chega um sujeito grosso, vestido de qualquer jeito, de chinelo, de tênis, de barba grande, com aparência, cheirando a cachaça muitas vezes, a culpa não é muitas vezes dele, mas das condições de trabalho que ele tem. Então meu trabalho é isso, é aconselhar, de vez em quando até sentir um pouquinho a dor da família.

(Entrevista com Antúrio, realizada em 15 de setembro de 2008).

A humanização da empresa funerária conforme sugere Zapata (2006), também é evidente quando se trata de um “morto nós” (alguém que faz parte dos laços afetivos dos necro-profissionais). Os “outros mortos” (pessoas que os agentes fúnebres não mantêm nenhum contato afetivo) são apenas mais um morto que faz parte da rotina, já o “morto nós” é percebido com outro significado que envolve processos de subjetividade, afetividade e emoção. Quando se trata de um “morto nós” o profissional que fala e explica sobre o processo da morte e do morrer cede lugar a um indivíduo que se emociona, que chora, que sofre, que sente e que se sensibiliza:

Nesse tempo que você está trabalhando você teve algum caso de algum parente que faleceu?

Tive. Pronto, meu primo que foi assassinado. Eu que fiz o funeral dele. Fiz questão de fazer o funeral dele.

E como foi?

Tranquilo. Eu pensei assim, quer dizer no momento você está tratando ali com ele tal, fazendo a higienização e dá aquela parte sentimental. Eu pensei: “Poxa! Era pra ta vivo”, mas se meteu com quem não devia e ocorreu, um imprevisto, imprevisto assim que não era pra ter ocorrido, mas como ele tinha enveredado por aquele caminho. E agora pouco fiz da minha avó.

Você fez [o serviço de higienização, limpeza e ornamentação do caixão]? É diferente de um para outro? De uma pessoa que você não conhece?

É sim. Diferente assim aquela parte sentimental, de você fazer higienização de uma pessoa que você não conhece você ta tratando ali do óbito da melhor maneira, e você fazer serviço numa pessoa que você mesmo vai velar. Só muda por causa desse lado sentimental, do meu primo e também da minha avó né?

(Entrevista com Cravo, realizada em 13 de agosto de 2008).

Representativo é o depoimento do agente fúnebre Girassol que, quando da morte de sua mãe, realizou os procedimentos de higienização e vestimenta do cadáver, porém, não deixou que o procedimento de tamponamento fosse realizado e autorizou o sepultamento somente após vinte e quatro horas de detectada a morte, pois acreditava que sua mãe pudesse ter sido vítima de catalepsia, uma doença rara em que os membros amolecem, mas não há contrações, e, por este motivo, acredita que muitas pessoas foram enterradas vivas no passado:

Já aconteceu algum falecimento de algum parente seu nesse tempo que você está trabalhando aqui?

Já aconteceu comigo. Minha mãe e meu pai. Olha a minha mãe ela estava hospitalizada no HPS [Unidade de Emergência Armando Lages], aí eu fui de manhã, ela tava na UTI cardíaca, olhei pra ela e voltei a trabalhar, aí uma senhora veio (na funerária) e disse: “Olha..”, ela veio fazer o funeral da mãe dela, tava pertinho as duas [a mãe do agente e da senhora que foi na funerária estavam no mesmo leito do mesmo hospital]. Ela disse: “Tua mãe morreu também”.

Nossa!

Aí eu olhei assim. Eu fiz: “Como é que é?” [Ela respondeu] “Foi. Tua mãe morreu”. [o agente respondeu] “Vou resolver o da senhora e depois eu vejo”. Agora fiquei com aquilo por dentro né. Aí resolvi direitinho o dela, aí liguei pra lá [para a Unidade de Emergência Armando Lages]. Quando eu liguei aí disseram: “É”. Aí foi onde eu vim perceber que eu não estava preparado. Eu fiz.

E foi você mesmo que fez o procedimento na sua mãe?

Foi eu mesmo. Vesti, fiz tamponamento, tudo direitinho.

E tem diferença?

Tem. É uma diferença e grande. Por causa que aquilo mexe muito com o sentimento da gente de saber aquilo dali, você olhar, observar. Da minha mãe eu não fiz o tamponamento.

O quê? Eu não entendi?

Da minha mãe eu não fiz o tamponamento.

Você não fez?

Não.

Ficou só observando?

Não.

Você fez todo o procedimento e não fez o tamponamento?

Eu fiz todos os aparelhos, agora o tamponamento eu não fiz. Nem fiz, nem ninguém fez [risos].

Como assim?

Porque aquele sentimento meu era que ela estaria ali e a qualquer momento levantaria. É o pensamento nosso é esse. Aí eu fiquei olhando assim aí disse: “Não. Eu vou não, porque se eu botar o algodão como é que ela vai respirar” [risos]. Isso é só o pensamento da gente. E ela só foi sepultada após passar vinte e quatro horas, que tem um problema aí que antigamente existia mais frequentemente, que era uma parada do coração, é um nomezinho que se dá que eu não lembro agora, e após vinte e quatro horas o coração voltaria ao normal, e aconteceu de muita gente ser sepultado vivo. Mas isso é antigo. Aí eu fiquei com aquilo em pensamento. Só deixei sepultar após vinte e quatro horas. Foi ela e meu pai. Já fiz outros, de minha sogra, meu cunhado aí são, tem os sentimentos né, mas é diferente de pai e mãe. Até por sinal hoje tem um ano e seis meses que ela faleceu e hoje eu ainda não fui na casa onde ela mora. Na casa onde ela morava. Nem no cemitério eu tenho condições de ir. Chego bem próximo, mas não vou.

(Entrevista com Girassol, realizada em 02 de setembro de 2008)

Essa sensação de afetividade e de humanização também é presente quando da realização de procedimentos tanáticos em corpos de crianças mortas:

Vocês não ficam pensando nas pessoas [nos cadáveres] que vocês fazem o serviço?

Não. O único que eu acho que é eu e os outros também, que a gente sente fazer é de criança. É o único que a gente faz, porque primeiro somos casados e a primeira coisa que a gente pensa é nos nossos filhos. Então a gente trata aquilo dali, aquela criança. De a gente as vezes não quer fazer tamponamento, só faz no último caso mesmo, a gente diz: “Não. Dá pra aguentar um pouco mais a secreção”. É só porque a gente tem aquele sentimento mesmo de ver uma criança, já o adulto a gente já faz, a gente já faz de praxe assim, como se fosse o dia a dia da gente, como se fosse não, como é o dia a dia da gente, a gente já faz, se eu disser igual, vamos dizer, a gente sabe que o serviço nosso é aquilo, então a gente tem que fazer aquilo dali. É o dia a dia nosso.

(Entrevista com Girassol, realizada em 02 de setembro de 2008).

No imaginário social é inconcebível que um pai ou mãe sepulte um filho, pois a morte de criança altera a lógica convencional. Normalmente se aceita que um filho enterre um pai ou uma mãe, mas nunca o contrário⁸⁹, portanto, a higienização e o sepultamento de crianças é

⁸⁹ A concepção de que a morte de crianças é inaceitável no imaginário social foi reforçada durante o Dia de Finados (02 de novembro) do ano de 2007, quando duas senhoras (avó e mãe da criança), ao ornamentar com flores o jazigo de uma criança que faleceu aos treze anos de idade, no dia 16 de julho, do mesmo ano; contaram a história da doença e da morte da criança (um cavaleiro de hipismo que havia recebido vários prêmios por praticar o esporte) e, ao tentarem explicar a dor da perda de um filho e de um neto, interrogaram-me: “Você tem

percebido por todos os profissionais do Grupo Parque das Flores (Diretores, Coveiros, Mestre de Cerimônias, Agentes Fúnebres, Administradores, Assistentes Sociais e Executivos de Vendas) como o mais difícil de ser realizado, conforme relato dos dois Mestres de Cerimônias do Campo Santo Parque das Flores:

Crianças a gente sente mais porque a gente vê aquele chororô das mães, dos pais e de avô, quando é mais adulto a gente não sente tanto.

[...]

A gente se emociona mais acho que quando é criancinha, como eu disse a você, teve um relato ali, eu mesmo fiz esse sepultamento de uma criancinha que ela ficou internada um bom tempo, a família não se falava uma com a outra, era intrigado e através dessa criança eles voltaram a se falar, começaram. O próprio avô dela mesmo disse quando a gente chegou para fazer o sepultamento, ele chegou até a sepultura, aí a gente ia pegar [o caixão] para descer [colocar no jazigo]. Ele [o avô disse] “Não. Não desça não, agora não. Bota ela aqui em cima da grama”. O nome da menina era até Maria Clara, aí ele [o avô] começou a falar: “Ela que era uma menina forte”. Aí começava a chorar, aí a gente se emociona também, a gente fica segurando para não chorar, a equipe da gente, mas fica um negócio né, vendo aquele senhor chorando e [dizendo] “Ela só veio para fazer a união da gente, porque a gente era desunido demais, não sei o que...” [o avô] Começava a falar e chorando e a família toda, a mãe e o pai da criança. Não tem como não se emocionar.

(Entrevista com Lírio, realizada em 29 de março de 2008).

Agora tem fato que realmente não dá para você se segurar, você tem que aguentar mesmo e chorar né. Quando é criancinha, principalmente quando é criança, você não aguenta. Quando é criança é triste, todo mundo chora e quando é criança sempre tem outras crianças chorando não é? Sempre tem, tem amiguinhos, colegas, aí não tem que aguentar não.

Você já fez esse tipo de sepultamento?

Já. Já fiz. Fiz dois. Um pivete que a televisão que matou, dois [duas crianças], Gabriel, todos dois se chamavam Gabriel, foi trinta dias depois, um atrás do outro, só que um foi no apartamento e o outro foi numa casa. Eles brincando [com a televisão de 29 polegadas, a tv caiu por cima das crianças, matando-as]. Aí eu fiz [sepultei]. Mais foi a maior tristeza do mundo. Pense! Eu saí daqui arrasado, deu um nó aqui, a lágrima desceu na hora.

Vocês choraram?

Foi. Chorar a gente pode, a gente só não pode rir né. Pode chorar, porque até pelo sentimento não é. Agora você rir é que não pode. Agora chorar pode. No caso mesmo desses dois meninos aí eu chorei, não chorei desesperadamente né, mas eu tentei travar mais não aguentei deu um nó e a lágrima desceu, desceu, aí eu tive que deixar descer, aí quando terminou, até o coveiro, o coveiro que trabalha aqui há quase trinta anos que trabalha aqui não aguentou, o outro também não aguentou.

(Entrevista com Monsenhor, realizada em 17 de março de 2008).

A função dos Mestres de Cerimonial consiste em conduzir as cerimônias de velório e sepultamento desde o recebimento do cadáver no cemitério Parque das Flores, até o enterro do corpo. Enquanto necro-profissionais que lidam diretamente com o morrer, esses profissionais vivenciam experiências mais diversas. Dos dois Mestres de Cerimônias existentes no Campo Santo Parque das Flores, um exerce a profissão há quatro anos, foi trabalhar no cemitério a partir de uma indicação de outro funcionário, realizou uma entrevista com a Diretora da

filho? Então não sabe a dor que estou passando”; deixando claro que perder um filho vai de encontro à lógica natural de que são os filhos que sepultam os pais e não o contrário.

necrópole e, no dia seguinte, começou a trabalhar como segurança do cemitério, depois de um tempo, passou a exercer a atual função. O outro exerce a profissão há três anos, sendo que antes era *office-boy* do escritório de arquitetura da atual Diretora do cemitério, depois foi trabalhar no Parque das Flores como vigilante, até ser convocado pela administração para a atual função. O último relembra as dificuldades que teve no início da profissão, sobretudo envolvendo situações emocionais:

Nos três primeiros meses que eu comecei a trabalhar aqui eu me sentia mal. Porque você entrar num ambiente, numa capela, só vê choro, aquele negócio, um clima negativo, só tristeza, você não está acostumado com aquilo, quer dizer, se abala. Eu entrava na capela já tremendo, com o coração acelerado, aquela coisa ruim e o pessoal chorando, chorando, eu sentia dor no peito, eu disse: “Meu Deus! Eu tô com problema no coração”. Mas não era, era eu acho que era o sentimento né? O sentimento. Só choro, só vendo choro, eu nunca tinha visto, de vez em quando que eu ia no sepultamento, eu trabalhava aqui na frente [no portão de entrada do cemitério exercendo a função de vigilante]. Mas quando eu comecei a ver só choro, choro, choro, desespero, eu comecei a sentir né. Os três meses eu senti mesmo. Eu disse: “Rapaz eu vou pedir para sair, pra tá trabalhando assim do jeito que eu tô é melhor pedir para sair, ir para outra função, eu acho que eu não vou aguentar não”. E eu trabalhando, trabalhando, eu sai daqui meio tenso, eu chegava [em casa] e vou tomar uma cervejinha, aí tomava, melhorava um pouquinho, começava a distrair.
[...]

Eu acho assim sabe, esse meu trabalho é muito complicado. Quem trabalha no IML, morreu, limpou, tá tendo contato só com o defunto né, limpou, botou lá, tudo bem. Mas no meu caso, eu trabalho muito assim, o meu trabalho é muito emocional não é? É porque sou eu todos os dias que vejo o sofrimento da família. Naquela hora, querendo ou não eu sinto, querendo ou não mais eu sinto na hora que tem sepultamento que você vê o amor que aquela pessoa tinha pelo próximo, pelo defunto, quando tava lá vivo, entendeu? Tem sepultamento que eu faço de família aí, não vem muita gente, mas se você vê a união da família que pega na mão, aquela oração, você sente que ali era uma pessoa querida e ali está todo mundo realmente sentindo, sentindo mesmo a perca de um ente querido, mas tem sepultamento que você faz que você vê que tem família que tanto faz como tanto fez. Infelizmente é isso, é a realidade é essa, do mundo hoje é essa. Você olha assim é uma frieza total, entendeu?

Tem sepultamentos que a família pede até para esperar um pouco mais?

Oxê! Eu já fiz sepultamento aí que a menina olhou para mim se ela pudesse ela me matava, você acredita, quando eu fui chegando perto assim, ela viu o negócio [o símbolo] do [cemitério] Parque [das Flores], o paletó, ela chegou na urna assim e olhou para mim, olhou que nem queria me engolir mesmo e disse: “Não vai fechar não” e pegou na urna, pegou na urna, segurou e olhou para mim com aquela cara de “você não vai fechar”. Entendeu? Aí eu tive que baixar a cabeça e fiquei olhando assim. Sempre eu procuro mais a pessoa calma, um homem, sempre é mais um homem, tem muita mulher, mais é mais difícil, eu procuro um homem e mando tirar ela, aí ele vai tirando devagarzinho, mas tem pessoas que entram em desespero. (Entrevista com Monsenhor, realizada em 17 de março de 2008).

O dia a dia desses profissionais implica estar em permanente contato com situações adversas e por vezes arriscadas. A presença de corpos em estado avançado de decomposição e a ausência de informações sobre a *causa mortis* são ameaças constantes que denotam a vulnerabilidade que esses profissionais estão expostos:

A primeira vez que eu trabalhei, como eu disse a você, eu tinha medo. Depois fui me habituando, normalmente. Eu não subia lá para cima porque eu não gostava de ficar vendo essas coisas. Depois fui me acostumando.

[...]

Eu já fiz um sepultamento que uma pessoa chegou lá [no jazigo, no momento em que iria sepultar] pediu para abrir a urna, a urna tava fechada e começou a beijar [o cadáver]. E se for uma doença que pega? Passa. E a gente não fica sabendo, porque na realidade a gente não sabe qual é o tipo da morte.

Vocês não têm contato, não ficam sabendo de que a pessoa morreu?

Não.

Só se a família comentar?

É. Conversa com a gente, a gente vai perguntar assim: “E qual foi a causa da morte?”. Então eles vão e dizem: “Ah! Foi isso e isso”. E também as vezes eu pergunto [aos outros funcionários] “Quando chegar aqui [o óbito] e se vocês ficarem sabendo das coisas vocês me dizem”. Quando morre de hepatite ou de qualquer tipo de doença contagiosa e a gente não está sabendo de nada, chega lá [na capela de velórios] o pessoal quer abrir a tampa da urna e a gente têm que abrir, eles querem olhar a última vez, a família quer olhar. E aí? Todo mundo contaminado. Acontece isso. Já aconteceu de um sepultamento a noite mesmo a gente fazer corpo em estado de decomposição fedendo, chega o terno [fardamento] fica podre, a gente manda logo lavar o terno.

Isso já ocorreu?

Encontram [o cadáver depois de] três, quatro dias, aí a família traz pra cá para fazer o sepultamento. Aconteceu um caso que o sobrinho chegou, para fazer o sepultamento, estavam aguardando o sobrinho chegar, quando o sobrinho chegou e ninguém queria entrar [na capela]. Tava todo mundo do lado de fora, o fedor lá dentro, quando ele [o sobrinho do morto] entrou, queria abrir a urna, aí o tio dele disse que não, aí queria se enrolar no tapa pra lá, [o sobrinho disse] “Não. Eu vou abrir, não sei o que...”, começaram a discutir, aí eu sei que fecharam a urna, não quiseram nem segurar a urna para botar no carrinho, aí foi que a gente pegou colocou em cima [do carrinho que transporta o caixão das capelas de velório até o jazigo] e fez o sepultamento. Tem casos que a família já encontra três, quatro dias depois no apartamento, já em estado de decomposição. Quando é um sepultamento assim é chato.

Ninguém quer fazer, ninguém quer nem pegar na urna.

Quer nada e o fedor. Eu fiz um sepultamento que a mulher dele [do morto] viajou. A gente sempre pergunta. O máximo que tinha era dez pessoas no sepultamento. Ele [o morto] tinha ido para casa, a mulher dele viajou aí ele se sentiu mal, foi para o médico, aí chegou naquele pronto socorro ali do [bairro] Tabuleiro, aí foi e mandaram ele para a emergência, chegou lá em baixo [na Unidade de Emergência Armando Lages] ele teve uma parada cardíaca e faleceu e ficou para lá, aí a mulher dele chegou, ligando para ele e tudo, nada de encontrar ele, aí o rapaz que tava com ele disse: “Ele disse que tinha ido lá para o Tabuleiro, ali para o pronto socorro”. Aí quando chegou lá [no pronto socorro] a mulher dele se informou e disseram que ele tinha descido lá para baixo [para a Unidade de Emergência Armando Lages] e ele já tava morto há quatro dias já, quatro dias.

No hospital?

Sim. E a família entrando em contato, quando chegou lá [no hospital] pegou ele e já trouxe direto [para o cemitério]. Quando é assim o rosto começa a ficar aquilo preto, cheio de mosquiteiro, a urna fica pesada, já tava fedendo. Ninguém quer pegar [no caixão], sobra para os coveiros [risos].

(Entrevista com Lírio, realizada em 29 de março de 2008)

O receio da morte, os momentos de emoção e o tratamento que esses profissionais devem dispor aos familiares enlutados, demonstram que o exercício de suas funções envolve uma intensa subjetividade. A estratégia usada pelos Mestres de Cerimônia para não se envolver com a “morte do outro” é percebê-la como natural e como um evento corriqueiro:

As pessoas não dizem que o ser humano se acostuma com tudo né? Não é que eu esteja acostumado, mas não é mais como era antes. Eu não sinto mais, só se for uma coisa muito chocante que acontece e às vezes você sente. Eu sou humano, tenho coração, sentimento, mas eu tento levar assim: “Não conheço, não é minha família”. Na minha mente né. Porque senão, se todo mundo que entrar aqui, que morreu, se você botar na sua cabeça, eu acho que vai morrer antes do tempo, não é? (Entrevista com Monsenhor, realizada em 17 de março de 2008).

Mas quando o morto passa a possuir uma identidade humana e social, ou seja, quando o cadáver é uma pessoa que faz parte do cotidiano dos funcionários, a estratégia do não envolvimento deixa de existir e, mais uma vez, o profissional se transforma em pessoa:

Aqui faz sepultamento de todo mundo e a gente se emociona. Mais teve um funcionário aqui que a gente gostava que só, ele trabalhou com a gente, ele trabalhava no campo [como coveiro]. Aí no outro dia chegou trabalhando aqui ele passou mal, aí foi pra o hospital e quando chegou lá faleceu. Aí veio para cá [para ser sepultado]. A gente gostava que só dele e todo mundo aqui chorou, até a gente que fez o sepultamento. Não é fácil não, porque a gente via a dificuldade dele, era um cara trabalhador, a hora que a gente chegassem e pedisse um favor a ele, ele não negava favor a ninguém. Não é fácil. A gente olhar assim e ver uma mãe ou um pai da gente indo embora, olhe a dificuldade que é? Imagine se for um da gente mesmo (Entrevista com Lírio, realizada em 29 de março de 2008).

É a presença da vida que se insinua com a presença da morte, conforme observou Elias (2001, p.70) de que a imagem da morte “está intimamente ligada à imagem de nós mesmos, de nossa própria vida e da natureza dessa vida”. Entre os necro-profissionais a reflexão da vida surge da reflexão da morte:

O fato de você está trabalhando aqui, há dois meses e meio, pra você, pessoalmente, teve alguma mudança?

Com certeza. Certamente mudou sim, principalmente a minha maneira de ver a vida, o que é viver de fato. Porque cada pessoa que eu vejo morta me vem à mente, principalmente, quando eu vejo jovens assassinados, viveu muito menos. Não viveu de fato, existiu, apenas existiu e se envolveu com drogas, se envolveu com isso, com aquilo. O que foi que mudou? Mudou o meu valorizar a vida e as pessoas, até as pessoas, porque se eu já tinha uma visão de mais valorizada de pessoas, de vida, isso veio só a aumentar, aumentou, porque a vida é tão fragilzinha, tão frágil, você tá vivo aqui, daqui a pouco você morre, então mudou um pouco, aumentou, não era que eu não tinha, eu tinha, mas ficou mais aguçado sabe? De valorizar as pessoas, de valorizar a vida e ver que pra morrer só precisa estar vivo como diz o ditado.

(Entrevista com Antúrio, realizada em 15 de setembro de 2008).

Eu sempre gostei de sair muito, pra balada a noite ir pro interior, só que quando eu comecei a fazer esse trabalho. Eu não sei se com todo mundo é a mesma coisa, mas você começa a ficar preocupado, você se conscientiza mais. Porque eu tenho um amigo que ele gosta muito [de bebidas alcoólicas] e eu sempre falo para ele: “Bicho! Maneire, maneire esse negócio porque eu trabalho”. Acho que você trabalhando no dia a dia, você não tem um exemplo melhor que balada, álcool e volante não combina, não combina. Às vezes eu estou em casa ele chega lá “Vamos na casa da minha sogra?” Que eu tenho uma tia que mora em Atalaia, ele gosta de ir para lá, eu digo: “Vou não. Tu bebe demais, não tem controle”. Ele diz: “Rapaz tu tais, menino tu tais ficando biruta”. Eu digo: “Biruta não, eu vejo a realidade, o dia a dia, quantos eu não já sepultei aqui por causa de álcool, álcool e volante”. Não é não? Aí eu fico com medo. Às vezes eu vou com ele, aí tomo dois copinhos e digo:

"Rapaz tá bom, tá bom, vamos maneirar aí, que a gente tem estrada". Ele diz: "Rapaz tu já tá ficando é maluco". Eu digo: "Não".

Você acha que mudou alguma coisa depois que você veio trabalhar aqui?

Mudou. Mudou. Mudou. Eu acho que não é medo, não é medo, é a realidade que eu vejo no dia, parece que entra na sua mente ali e pra tudo acho que você fica mais consciente, se é para você sair para brincar com os amigos com álcool essas coisas, negócio de confusão, você já pensa. Quantos jovens eu já fiz o sepultamento aqui assassinado, ou volante, álcool e volante, aí você se conscientiza mais. E eu fico pensando hoje quando eu tinha a idade deles que eu tinha vinte e um anos, dezenove, eu menino chegava passava dois dias no meio do mundo, assim zoando, curtindo, aí hoje é que eu venho pensar: "Eu já fiz isso também, eu já fiz. Quantas vezes eu não já fiz isso aí?" Sair para beber, cinco horas da manhã ainda tá no meio do mundo, na pista, na estrada com os amigos. Graças a Deus nunca aconteceu nada comigo, mas hoje eu tô consciente, mais consciente, hoje eu não faço mais, se for para ir para um show assim eu (digo aos amigos): "Vai beber não? Se não for beber a gente vai, agora para beber e voltar embriagado meu amigo aí não dá para mim não".

[...]

Eu também comecei a dar mais valor ao que é meu. Assim, não as coisas materiais, mas à essas coisas de família, você começa a dar mais valor. Coisas materiais você não leva nada mesmo. Mais principalmente aos amigos, pessoas que você nunca mais viu, tem muita gente que é assim: "Ah! Esqueceu" Eu era assim. Hoje em dia não, pessoas, amigos meus que eu não vejo mais eu sempre tento entrar em contato [pergunto] "Tudo bem? Como é que tá?". Porque um dia você vai ter que partir, e você tem que deixar pelo menos uma recordação boa pros amigos. Aí os colegas meus perguntam: "Rapaz quando tu tá descendo a urna assim, o caixão, tu não pensa não que um dia tu vai para lá não". Eu digo: "Ah! Lógico que um dia eu penso, eu penso né, mas eu não boto nem na cabeça isso, porque um dia vai ter que ir mesmo", aí ele dizem: "Oxente! Se fosse eu não conseguia não, sabendo que um dia eu vou ficar ali, num lugar daquele" Eu digo: "Ah! Mais isso aí não tem para onde correr não, tem que ficar mesmo".

(Entrevista com Monsenhor, realizada em 17 de março de 2008).

5.2. Os ritos purificatórios nos corpos mortos

Quando um cliente, associado ou beneficiário dos planos assistenciais do Grupo Parque das Flores morre, a família comunica a ocorrência do óbito à telefonista de uma central telefônica que funciona durante vinte e quatro horas e repassa para os agentes fúnebres da Funerária São Matheus as informações sobre o tipo de plano, os dados pessoais e o local onde se encontra o óbito.

Então os funcionários da Funerária São Matheus entram em contato com os familiares da pessoa morta e solicitam que se dirijam à funerária para escolher o modelo do caixão:

Quando é um cliente parque como é o procedimento?

Eles telefonam pra Central do telemarketing, o telemarketing se encarrega de pegar todas as informações, onde se encontra o óbito, o credo religioso e geralmente quando ligam pra cá que acionam, a gente pede também um número pra contato, que é um celular e a gente entra em contato e pede, solicita, que o cliente venha até

a loja, porque não é uma urna padrão e sim é uma diversidade. Então é melhor que o cliente venha, escolha aquela urna que para o ente querido dele que ele achar melhor, porque se a gente levar o cliente pode dizer: “Rapaz eu pago um plano tão caro, você me trouxe uma urna dessa!”. Às vezes até a tonalidade da cor da urna já não agrada, então para que não ocorra isso eu prefiro assim, solicitar que eles venham, a não ser que ele diga: “Não, traga qualquer uma aí, a que você achar melhor, é pra minha mãe, é como se fosse pra sua mãe”. Mitos dizem até assim, então a gente procura ver o melhor, talvez o melhor pra mim não sei se vai ser o melhor pra ele.

Vocês fazem alguma pergunta específica?

Sim. O credo religioso. Se for evangélico geralmente [a tampa da urna] vai [ornamentado] com a bíblia, se for católico vai com o crucifixo, então tem uma urna aí que tem um *design* assim de Nossa Senhora. Tem cliente que vem aqui, escolhe a urna de acordo com o credo, temos urna com bíblia, sem bíblia, só não temos assim, com emblema da maçonaria que é compasso, essas coisas, isso não tem. Também é difícil de morrer um maçom.

(Entrevista com Cravo, realizada em 13 de agosto de 2008)

Após o primeiro contato uma equipe com dois agentes fúnebres se dirige ao local onde se encontra o óbito. Caso a morte tenha ocorrido na residência (os chamados casos clínicos) e o morto não tenha sido acompanhado por nenhum médico, os agentes fúnebres transportam o cadáver até o Serviço de Verificação de Óbito (SVO) para que os médicos atestem a morte e a família providencie a declaração de óbito. Em seguida o corpo é encaminhado para o local onde ocorrerá o velório (Central de Velórios, residência, igreja ou capela do cemitério Parque das Flores, mas normalmente é removido para a Central de Velórios) para realização dos procedimentos de higienização e preparação do corpo para a cerimônia de velório e sepultamento.

Caso a pessoa tenha falecido em algum hospital, o próprio *staff* médico encaminha o óbito colocando o cadáver “na câmara fria” ou “na pedra” (como usualmente é conhecido o necrotério). Ao chegar ao local, a equipe de agentes fúnebres solicita que a família libere o óbito junto à administração hospitalar, em seguida se dirigem ao necrotério e iniciam os procedimentos de higienização no cadáver ou encaminham o corpo para o local onde ocorrerá o velório para realizar os serviços:

Você faz o procedimento lá na Central de Velórios é?

É. A gente veste, arruma [o cadáver].

Do cliente particular [externo]?

Tanto faz particular quanto do plano.

Só se a morte for em residência?

Não. Se for qualquer hospital, dependendo a localidade do hospital nós trouzemos pra aqui.

Mas também pode fazer lá?

Pode fazer lá na residência.

E no hospital também?

No hospital pode fazer. Na [hospital] Unimed, a gente pode fazer mais é que lá é muito abafado. No Hospital Universitário não tem condições de você fazer. No IML a gente faz, mas também é sem condições. HPS. [Unidade de Emergência Armando Lages] não faz, é proibido fazer ornamentação lá.

Ai vocês pegam o corpo e trazem?

Pegamos o corpo, botamos no caixão e trazemos direto aqui pra Central de Velórios
 (Entrevista com Girassol, realizada em 02 de setembro de 2008).

Dependendo do hospital onde ocorreu o óbito os agentes fúnebres deduzem a *causa mortis* e o estado do cadáver que vão encontrar:

Em muitas situações quando a gente ouve o lugar que o corpo está, que não seja em residência, a gente já espera alguma coisa, por exemplo, IML a gente já sabe que é pesado, principalmente o ambiente de IML, aquilo ali é horrível. Agora é que eles colocaram uma mesa que tem rodas, que quando está desocupada facilita você retirar o corpo da mesa de necropsia e colocar nela e conduzir até uma rampa pra você jogar água e tirar o sangue. Mas essa rampa dá pra praia e tem uns apartamentos próximos.

E.

As pessoas assistem tudo, é só querer, ficam vendo de lá do apartamento, às vezes eles colocam meio mundo de corpos naquela calçada, corpos em decomposição, então nós já esperamos que vai ser essa situação lá, que o cara vai tá crivado de bala, vai ta com faca, vai ta aberto. A gente ouve [a telefonista] falar HDT [Hospital de Doenças Tropicais Drº Hélio Auto] aí a gente espera AIDS, meningite, alguma coisa assim. Então nós chegamos lá, encontramos às vezes a barriga deste tamanho, ta cheio de água, às vezes nem cabe a tampa da urna, então falamos com a família e explicamos a situação, pede para avisar que vai fazer uma incisão do lado [no abdome do cadáver] pra tirar a água, drenar, aí a barriga baixa, e depois sutura. Às vezes não ta tão alta, não precisa fazer uma incisão, mas tem que tirar pela boca, virar o corpo, tirar secreção, limpar. Se tá machucado o rosto, depois cada um tem que fazer uma maquiagem, passar um verniz de pele, botar um pozinho, ajeitar o máximo pra ficar assim uma coisa não tão chocante. Então a gente já se prepara [perguntamos] “Que hospital tá?” E a gente já imagina a situação, até porque os hospitais têm uma especialidade né?

(Entrevista com Antônio, realizada em 15 de setembro de 2008).

Caso o cadáver seja “morte de IML”, decorrente de acidente, assassinato ou suicídio, o cadáver é removido para o Instituto Médico Legal para realização da necropsia médico-legal com o objetivo de identificar a *causa mortis*. Os agentes fúnebres esperam que a família libere o óbito junto à administração do IML, em seguida realizam uma primeira limpeza no corpo (se for necessário) e transfere-o para a realização dos procedimentos na Central de Velórios. Como os “mortos de IML” são necropsiados, os procedimentos realizados nos cadáveres pelos agentes fúnebres é bem mais demorado e cuidadoso, pois implica a reparação do corte feito pelos médicos legistas, conforme descreveram os agentes fúnebres Girassol e Crisântemo:

Se ocorrer um acidente, a pessoa vai para o IML?

A procedência é o IML. Acidente automobilístico, queda, alguma arma branca. Todo esse procedimento tem que passar pro IML.

Do IML é que vocês pegam pra fazer os procedimentos?

Quando eles fazem a liberação do corpo, tem que chegar e o corpo tá liberado junto a família. Aí é que a gente vai lá pegar [o cadáver] para fazer o procedimento.

Mas lá no IML não fazem nada disso. Se a pessoa tiver um trauma na face, por exemplo, o IML não faz reparação?

Não. Faz não.

E quem vai fazer?

É a gente que fazemos.

Então o IML só faz a liberação mesmo?

Ele só faz a liberação e faz a autópsia. As vezes faz aquela sutura de todo jeito, principalmente se tiver dez, doze corpos [para os médicos legistas necropsiarem]. Aí a gente não espera que eles façam uma sutura bem feita não, aí faz uma sutura que é igual, a gente chama de costurando um saco, ele pega aqui, faz aqui, puxa aqui.

É onde essa sutura?

Até aqui a baixo do umbigo

Qualquer causa morte, eles fazem isso?

É. E no crânio. Serra o crânio, aí ele puxa essa parte pra frente pra olhar qual foi a lesão no cérebro.

Em qualquer pessoa?

Qualquer. Faca, tiro [se for na cabeça]

E depois é vocês que fazem o resto?

O resto é com a gente.

Você disse que eles mal costuram, então vocês tiram e costura de novo?

A gente corta e vai fazer a sutura todinha de novo pra ficar, pra que não venha sangrar. A gente coloca um plástico aqui por cima, um plástico com algodão porque se no caso vier vazar fica no plástico, não venha manchar a camisa nem nada, e o caixão também é forrado com um plástico porque no caso se qualquer coisa que vier vazar vai ficar ali.

Tem que ter todo esse cuidado?

Todo esse cuidado. Principalmente a cabeça que as vezes a gente tem que ajeitar porque ela foi serrada aí ela faz isso, vem uma parte pra trás e a outra fica pra frente, aí a gente tem que dar um jeitinho que é pra família não perceber. Nós arrumamos tudo isso.

E fica perfeita a testa?

Fica. Fica diferente coisinha pouca.

Mas fica aparecendo?

Fica só uma listazinha aqui assim, porque assim, porque as vezes ela faz isso, vem pra frente a gente tem que voltar ela [o couro cabeludo do crânio], que é pra chegar [juntar], porque fica tudo solto, mesmo com a sutura que ele faz, mas fica solto porque é serrado mesmo.

Fica como se fosse uma lista na cabeça né?

É. Só no couro cabeludo.

Eu já vi uma sutura de IML no aqui [no abdômen].

Fica uma coisa horrorosa. Eles abrem o abdômen e costuram. E no crânio quando eles abrem, eles só fazem o couro cabeludo aqui, ele puxa e fica tudo solto, as vezes ainda fica saindo aquela massa encefálica, tem que limpar tudinho.

(Entrevista com Girassol, realizada em 02 de setembro de 2008).

E se for acidente, como é que vocês fazem o tratamento?

Como assim?

No corpo. Tem diferença?

Tem, tem. Tem tratamento. Todos acidentes que venha ter uma fratura. Pronto, teve um acidente de uma menina aí que vinha com uma pessoa, um rapaz, que ficou debaixo da carreta⁹⁰. Pronto. No IML eles sempre, o pessoal, quando eu digo IML, mas é uns funcionários de lá, ta entendendo? Não são todos, ta entendendo? É porque é o seguinte, eles vêm e dão um ponto, da um ponto aqui, outro aqui, um aqui, outro aqui, certo? Então quando a gente vai botar dentro do caixão fica

⁹⁰ O acidente que o agente fúnebre se refere foi de uma jovem de vinte e três anos de idade que morreu em um acidente automobilístico na noite do dia cinco de fevereiro do ano de 2007, na rodovia AL-215, no município de Marechal Deodoro. Às vinte e três horas e tinta minutos ela seguia com destino a Maceió, acompanhada do advogado e presidente do Sindicato dos Lotéricos de Alagoas quando a caminhonete que ele dirigia, uma *Hilux* branca colidiu com uma carreta Volvo vermelha. A jovem vinha no banco, ao lado do motorista, quando a caminhonete bateu na traseira da carreta que estava parada no acostamento. A *Hilux* rodou na pista e ficou no sentido oposto da rodovia. O motorista do carro teve ferimentos leves e foi encaminhado para um hospital de Maceió, mas a jovem teve morte instantânea, sofreu um trauma na face direita, o nariz sangrava bastante e saia secreções e além disso sofreu um grande corte na palma da mão.

sangrando, fica escorrendo, aí a gente tem um local certo, que é a Central de Velórios, certo? A gente bota lá [o cadáver] aí a gente vai pontear melhor ainda, pra não ta escorrendo.

É porque eles dão pontos muito espaçosos?

É. Porque dá um aqui, outro aqui, um aqui, outro aqui. E quando a gente vai botar numa Central de Velórios ou na capela do Parque fica melando o chão, melando o tapete.

(Entrevista com Crisântemo, realizada em 20 de agosto de 2008)

Apesar dos procedimentos realizados pelos agentes fúnebres serem os mesmos para todos os tipos de óbito, há uma diferença apenas nos cadáveres vítimas de morte violenta, cujo corpo é transferido para o Instituto Médico Legal:

Quando a morte é acidente como é que vocês fazem para fazer o procedimento do corpo, você já disse que sutura, e depois?

O corpo vai pro IML e a gente espera a liberação, quando é liberado, a gente busca, dá o banho, nós vamos ver como é o estado que tá, se der pra gente fazer uma reparação a gente faz, se não der, a gente chega fala com o Zé Luis [sócio proprietário da funerária] e explica a ele: “Olha, não tem condições” e conversa com a família. Quando a gente não fala diretamente pra ele passa pro supervisor, porque fica bem melhor o supervisor ou o Zé Luis conversar com a família do que a gente ir lá diretamente, que é aquele choque. Sou eu que tô fazendo e a família pode entender que eu não quero fazer porque às vezes a gente nem deixa a família ver o estado, diz: “Aguarde um momento aí”.

Já ocorreu de você não fazer, de não dá mesmo num corpo que não tem jeito?

Já. Vamos dizer esmagamento mesmo da face não tem jeito, aconteceu uma vez, mas eu não tava aqui, eu tava no Planvida [outro plano assistencial funerário de outra funerária] e uma carreta passou pela cabeça de um rapaz, aí quando chegou lá não tinha jeito de fazer nada, o único jeito foi enfaixar, pra fazer mais ou menos que tivesse o crânio dele ali. A mulher dele disse: “Mas não dá nem pra ver os olhos”. Eu disse: “Olhe senhora é por causa da faixa que a gente teve que passar”. Mas era que não tinha olho não.

Não tinha mais nada?

Não tinha mais nada. Só ficou a parte cabeluda da cabeça por trás foi que a gente se baseou por ela e encheu de algodão e passamos a faixa, aí ficou aqui assim [enfaixado a parte de cima da cabeça até a boca]. Parecendo uma múmia. Foi o único jeito. Porque se a gente fosse deixar do jeito que tava, é difícil. Às vezes é de tiro, tiro de doze, às vezes é um tiro mesmo que pega no maxilar e sai rasgando tudo, a boca fica toda tronxa, aí a gente temos que dar um jeitinho.

E como fica?

Não fica cem por cento, mas uns noventa por cento. Às vezes é queimaduras, queimaduras aí a gente vê, analisa direitinho aí faz uma maquiagem.

(Entrevista com Girassol, realizada em 02 de setembro de 2008)

A equipe de agentes fúnebres se dirige ao local onde será realizado o procedimento com o cadáver em um automóvel da Funerária São Matheus levando consigo alguns materiais: uma maleta contendo pinça, bisturi, agulha, linha, gases e maquiagem (pó facial, *blush* e esmalte de unhas); de três a seis pacotes de flores monsenhor; e os paramentos de velórios (caso o velório seja realizado na residência), que consistem em dois apoios para o caixão, um tapete, um porta Bíblia (se for velório de pessoas evangélicas) ou quatro castiçais e um suporte com imagem de Cristo crucificado (se for velório de pessoas católicas).

Os serviços/procedimentos que são realizados nos cadáveres consistem em higienizar, tamponar, vestir, necromaquiar e ornamentar a urna funerária. A higienização é a lavagem do corpo para retirar o sangue, secreções e fezes. Em seguida é realizado o tamponamento do nariz, boca e eventualmente ouvido, ânus e vagina, com o objetivo de evitar a saída de algumas secreções durante as cerimônias de velório e sepultamento. O ritual de tamponamento é explicado pelo agente fúnebre Girassol:

O tamponamento é na boca e nariz.

Como é?

É algodão, você pega algodão, aí vai colocando algodão, tem um gel que é coagulante, coloca o gel, depois coloca algodão. No nariz também, a gente coloca na cavidade assim e na outra cavidade.

Vocês levantam [o orifício nasal] e colocam é?

Normalmente. Nós temos uma pinça que ela já é curvada, aí você é só pegar aqui [no orifício nasal] aí ela vai forçando. Agora a gente não pode forçar muito porque tem umas veias, veias não, uns vasos, aí se a gente estourar um daquele aí vai sangrar bastante.

Então tem que ter uma técnica?

Toda técnica pra fazer. Não é a pessoa chegar e colocar de qualquer jeito não. Se forçar demais.

E no ouvido coloca?

As vezes a gente coloca, a gente faz no ouvido. Se for necessário mesmo, que é muito constrangedor, a gente faz retal. Aí a gente tem que fazer. Se tiver secreção começa a sair. Aí a gente é obrigado a fazer, mas é difícil tá fazendo porque é muito constrangedor, principalmente se a família tiver próximo para observar. Porque a gente pede, a maioria das vezes a gente pede a família pra sair, porque a gente tá fazendo o tamponamento lá do nariz aí ficou ali perto aí acha tudo meio chato. E já aconteceu de a gente levar empurrão, dizer que não vai fazer aquilo. E a gente ser obrigado a pedir aquela pessoa pra sair e ela não quer sair dali, aí atrapalha o serviço da gente.

[...]

A gente faz no ouvido agora é bem pouco.

É porque depende de como a pessoa faleceu não é?

É. Porque de ouvido é só se abrir a cabeça é que ele volta a sangrar, tirando isso ele não sai nenhuma secreção não. É mais na narina.

Mas não fica aparecendo o algodão não?

Não. A gente não deixa. [quando fica aparecendo o algodão] É igual a Papai Noel [risos]. A gente faz pra que ele fique o máximo que puder sem aparecer, as vezes aparece, que é a parte interna [do nariz], aí o caixão fica inclinado e se a gente olhar de frente aí vai ver o branco do algodão. Mas a gente não deixa aparece, nem no nariz nem na boca. A gente sempre faz o máximo possível pra fechar a boca. Quando não consegue a gente passa uma cola labial que tem que prender a boca (Entrevista com Girassol, realizada em 02 de setembro de 2008).

A próxima etapa consiste em vestir o cadáver (esse procedimento também pode ser realizado após a higienização) e necromaquiar. A necromaquiagem corrige as imperfeições e suaviza a aparência facial com o objetivo de dissimular a morte e o morto. As unhas do cadáver são limpas e cortadas (no caso de mulheres as unhas também podem ser pintadas); os cabelos são lavados; os pelos faciais são removidos, incluindo os excessos de cabelos decorrentes de medicações recebidas antes do óbito; os vestígios deixados por acidentes, doenças ou tratamento (como picadas de agulhas, por exemplo) podem ser escondidos e

maquiados; as barbas e bigodes também podem ser retirados com uso de navalhas, caso a família assim solicite. Um corante labial é aplicado nos lábios para intensificar a coloração e um corante facial natural é esborrificado na face e nas mãos para obter uma tonalidade rosada. Podem ser aplicados também cosméticos de uso cotidiano tais como bases, pós faciais, batons, máscaras para cílios, *blush*, etc:

Vocês maquiam também?

Exatamente. Nós temos todo o material de maquiagem. Mas só se a família quiser. Às vezes tem muita família que diz: “Não, pode deixar que eu vou maquiar”. A gente deixa, porque aí no caso o corpo fica faltando só a maquiagem. Temos feito o tamponamento. Faz a maquiagem, batom, a limpeza que a gente faz na pele dele [do cadáver] é com leite de rosas [desodorante].

E barbeia?

Barbeia, dependendo, se ele tiver bigode a gente deixa. Primeiro se informa com a família se quer que faça ou não, tem delas que as vezes diz: “Não, ele gostava de ficar barbudo, então eu quero barbudo”. Tudo bem. As vezes acontece casos de a gente perguntar a família, aí a pessoa: “Não. Ele era assim, vai ficar assim”, aí o outro chega e pergunta: “Porque vocês não fizeram. Eu quero que faça”, aí a gente diz: “Olhe sua irmã, ou sua tia disse que queria assim. Agora converse com ela, se ela aceitar a gente faz”, aí as vezes: “Não, não, vai ficar assim mesmo”. Então tudo bem. A gente nunca se envolve assim de fazer sem a permissão da família não, porque depois eles não queiram, aí sobra pra gente [risos]

(Entrevista com Girassol, realizada em 02 de setembro de 2008).

Durante a necromaquiagem as partes ausentes do corpo decorrente de acidentes ou doenças podem ser substituídas. Olhos, nariz, lábios, mãos, orelhas são devidamente substituídos por ceras reparadoras. Até mesmo corpos decapitados podem ser manipulados com técnicas que envolvem fios e suturas para aderir à cabeça ao tronco. Os inchaços na boca e pescoço são resolvidos a partir da remoção dos tecidos dentro da boca. Os orifícios naturais (nariz, boca, ânus, vagina) são tapados com produtos especiais e os lábios são fechados:

Olho. A gente tem um olho postiço aqui, que é as vezes a pessoa perde [os olhos] e a gente vai e coloca esse pra ficar aparentemente.

Vocês sempre fecham os olhos?

Fecha. Quando é um olho assim aí a gente coloca cola e fecha e há um procedimento que a gente faz é um pontinho de nada de papel aí a gente põe na menina [córnea] do olho e puxa, aí quando ele bate na menina [córnea] do olho ele não abre mais.

É o papel que cola?

É. Qualquer papelzinho fininho e colocou na menina [córnea] do olho e puxou a pálpebra, porque ele [o olho] não tem mais líquido, então o papel dá uma aderência. Se a pessoa tiver perdido o olho, então a gente coloca o algodão e tampa. Uns três meses a gente fez um aqui foi um tiro que o cara levou, o olho saiu, a gente colocou algodão e depois colocamos o olho dele. Não fica igual, não fica normal não.

Fica meio fundo?

Meio fundo. É, aí você tem que puxar ele um pouco pra fora pra ele ficar aparentemente.

Agora as vezes não quer fechar né, nem o olho nem a boca, eu acho que é a questão do enrijecimento?

E, as vezes o cara ta entubado.

Fica muito tempo com a boca aberta.

Aí não tem condições de você fechar a boca dele, aí a gente vai pra cola labial, e coloca e segura.

(Entrevista com Girassol, realizada em 02 de setembro de 2008).

A restauração facial também é uma técnica bastante utilizada nos cadáveres para reparar ou reconstruir correções na face ou em outras partes do corpo decorrentes de acidentes de qualquer natureza. Traumas, lacerações, cortes, podem ser corrigidos ou revertidos a partir do desenvolvimento dessa técnica que tem o objetivo de preparar os corpos para os velórios dando uma aparência mais próxima da imagem que a pessoa morta tinha enquanto estava viva.



Fotografia 52: Artigos fúnebres utilizados pelos agentes da Funerária São Matheus. (da esquerda para a direita) Temos um par de olhos postiços, o modelo de rosto para a restauração facial, os tanatofluidos labial e facial, o gel para tamponamento e os instrumentos (tesouras e pinças).



Fotografia 53: Restauração facial realizada no cadáver que teve a parte superior do rosto (acima do nariz) totalmente esfacelada decorrente de um acidente que expôs grande parte da massa encefálica. O profissional reconstruiu a face fazendo com que o crânio voltasse a sua forma original e a pele do cadáver assumisse uma coloração mais próxima que a natural⁹¹. (Disponível em: <http://www.protanato.com.br/site/index.php?option=com_content&task=view&id=30&Itemid=34>. Acesso em: 03 jun. 2008).

⁹¹ Fotografia retirada da website da Protanato indústria e comércio de produtos funerários, uma empresa que atua há mais de dez anos oferecendo cursos e equipamentos necessários para o desenvolvimento da técnica de tanatopraxia no Brasil.



Fotografia 54: Restauração facial realizada no cadáver cuja caixa craniana deixou de existir, também havendo um grande corte no rosto. O profissional reconstruiu a face e o crânio, fazendo com que o crânio voltasse a sua forma original e a pele do cadáver assumisse uma coloração mais próxima que a natural⁹² (Disponível em: <http://www.protanato.com.br/site/index.php?option=com_content&task=view&id=30&Itemid=34>. Acesso em: 04 abr. 2009).

O cadáver é colocado no caixão e a urna funerária é ornamentada com flores. Depois que o corpo é colocado no caixão, os agentes fúnebres cortam galhos de flores e insere-os nas laterais do caixão para “dar o cheio do caixão”, em seguida ornamentam as laterais com flores, tipo monsenhor. Depois disso o caixão é fechado e trasladado para o local onde será realizada a cerimônia de velório. Caso o velório seja realizado em residência ou igrejas os agentes ainda retornam ao local do velório para trasladar o corpo ao cemitério.

Todos os procedimentos que são realizados nos cadáveres dependem do tipo de morte e do horário do velório e do sepultamento, conforme relato do agente fúnebre Cravo:

Eu procuro esclarecer o máximo a família, orientar também que é um momento que estão todos emocionados. Eu oriento sobre o tempo que eles têm pra registrar um óbito, procuro também dizer qual é a responsabilidade, o horário, falo: “Olha o horário pode ser tal hora, tal hora”. O horário que o óbito vai aguentar, não pode ultrapassar disso porque tem óbito que aguenta mais de vinte e quatro horas, mas tem outros que não. Então pra evitar que venha a ter inchaço, como aconteceu de funerária levar, na Central de Velórios mesmo, deixou lá e disse que aguentava pro outro dia e no mesmo dia o camarada [o cadáver] começou a inchar, o olho pulou pra fora, quase que não dá pra fechar o caixão e foi uma danação. Então é melhor eu passar pro cliente se for algo que pode ocorrer. Você pega o laudo e vê o tipo de morte pra ver as condições que [o cadáver] pode aguentar.

(Entrevista com Cravo, realizada em 13 de agosto de 2008)

Caso o cadáver passe mais de vinte e quatro horas para ser sepultado, recomenda-se, além dos procedimentos cotidianos que são realizados nos cadáveres, a utilização da técnica de formolização ou de tanatopraxia.

Os agentes fúnebres da Funerária São Matheus diferenciam a formolização da aplicação de formol. A aplicação de formol consiste em aplicar uma quantidade de formol no cadáver (normalmente na cavidade abdominal). Já a formolização consiste na aplicação do formol na veia femoral do cadáver através de uma pequena incisão na perna (próximo a

⁹² Idem.

virilha). A aplicação de formol é um procedimento que não é realizado pelos agentes fúnebres da Funerária São Matheus, pois corre o risco do cadáver extravasar e estufar, ou seja, do corpo expelir o formol durante o velório, estourar os olhos e inchar. Apenas a formolização é permitida por ser uma técnica mais segura que consiste numa rápida rigidez cadavérica, fazendo com que o corpo não exale nenhum odor e resista durante vários dias ou meses antes de ser sepultado:

Ultimamente o que a gente faz mais é formolização. Um corpo ele dura mais ou menos em estado normal até vinte e quatro horas ele dura tranquilo, dependendo também do estado, se vinha sofrendo, qual foi a causa morte. Tem deles que morreu hoje daqui a três horas ou vai direto pro cemitério ou ninguém aguenta porque por dentro os órgãos já ta tudo comprometido, então nesse caso a família quer estender o velório porque vem alguém de fora, aí nesses casos específicos tem que se fazer a formolização. O formol ele deixa você rígido, você fica [bate na mesa] como uma pedra. Então estaciona pra que você não venha entrar em processo de putrefação.

O formol dura quanto tempo?

Depende da formolização. Pode durar dois, três, quatro, cinco dias.

E demora mais a se decompor é?

É. Tem casos que você vai fazer o sepultamento e tá com cinco, seis anos, sete anos que foi sepultado alguém ali, quando você tira, ele tá perfeito lá. No caso quando vai sepultar no Parque das Flores que alguém quer a formolização em virtude de vir parente de fora, a gente sempre avisa: “Olhe a área [o jazigo] vai ficar interditada de sete a oito anos”.

Lá no cemitério tem uma tabela que coloca, tem um questionário que a pessoa informa se foi formolizado.

Isso. Porque ali você já sabe que aquela área, se houver um [óbito], se ocorrer algum incidente ou aparecer outra pessoa, lá já tem um controle e sabe que aquela área não vai poder ser aberta porque o corpo foi formolizado e não tem como, o corpo não se desfez.

(Entrevista com Cravo, realizada em 13 de agosto de 2008)

A tanatopraxia é também uma técnica utilizada nos cadáveres para amenizar os signos da morte e para que o corpo conserve os ares de vida por mais tempo. A diferença da tanatopraxia para a formolização é que esta deixa o corpo enrijecido e àquela deixa o morto como se estivesse dormindo, atrasando o enrijecimento e a decomposição.

Os equipamentos adequados para realização da tanatopraxia consistem em uma bomba injetora, uma bomba aspiradora, instrumentos cirúrgicos (pinças, agulhas, bisturi, tesouras, algodão, esparadrapo, etc.) e uma estufa para esterilização do material.

Na bomba injetora (ijetânatus) com capacidade para dez ou doze litros é colocada uma quantidade de água e acrescentado o tanatofluído arterial. Essa mistura é injetada no sistema circulatório do cadáver, possibilitando o retorno da coloração natural do corpo, a fixação dos órgãos e tecidos e o retardamento da decomposição.

A técnica consiste numa pequena incisão na parte inferior do pescoço na região onde se encontram as veias circulatórias (a artéria carótida e a veia jugular). Com o auxílio da bomba injetora, insere-se na artéria carótida (que conduz o sangue arterial do coração para o

cérebro) de três a seis galões de fluídos (esses fluídos são compostos por soluções de formaldeído, glicerina, bórax, fenol e álcool, que são misturados à água) para desinfecção e preservação do cadáver. Na veia jugular (que transporta o sangue venoso para o cérebro) um dreno tubo é colocado para drenar ou sugar o sangue do corpo.

Depois é feita uma pequena incisão acima do umbigo e com ajuda da bomba aspiradora insere-se uma longa agulha no interior da cavidade abdominal e torácica para aspirar o sangue e outros líquidos, em seguida insere-se uma quantidade de fluídos de preservação com a finalidade de fixar os tecidos e as vísceras, impedindo o inchaço e o extravasamento.

Existem vários tipos de fluídos (arterial e de cavidade) que são utilizados nos cadáveres. Para inserir no cadáver o tanatofluído apropriado o tanatopraxista deve avaliar a *causa mortis* e o tempo em que o corpo será velado, até ser sepultado⁹³. Existem dois tipos de procedimento de tanatopraxia: a padrão que consiste na preparação de corpos humanos após a morte, visando à preservação e a integridade dos tecidos corporais e retardando o processo biológico da decomposição; e a avançada que consiste na utilização de técnicas avançadas da tanatopraxia padrão, objetivando preparar corpos que estejam em estágio avançado de decomposição.



Fotografia 55: Modelo de tanatopraxia padrão realizada em cadáver que não está em estágio de decomposição, mas que possui algumas manchas de hipotástase cutânea (manchas arroxeadas na pele) decorrente do processo de acumulação sanguínea. A partir da técnica da tanatopraxia adotada no cadáver a coloração do corpo foi restaurada⁹⁴ (Disponível em: <http://www.protanato.com.br/site/index.php?option=com_content&task=view&id=30&Itemid=34>. Acesso em: 03 jun. 2008).

⁹³ As referências aos usos e efeitos dos fluídos arteriais e de cavidade (abdominal e torácica) podem ser encontradas na website. A Tanatus é uma empresa criada em 1994, localizada na região de Botucatu, São Paulo, especializada em oferecer equipamentos, instrumentos, produtos químicos, assessoria de montagem de tanatórios, preparação de corpos e cursos teórico-práticos na área de serviços tanáticos. (Disponível em: <<http://tanatus.com.br>>. Acesso em: 05 abr. 2008).

⁹⁴ Fotografia retirada da website da Protanato indústria e comércio de produtos funerários, uma empresa que atua há mais de dez anos oferecendo cursos e equipamentos necessários para o desenvolvimento da técnica da tanatopraxia no Brasil.



Fotografia 56: Modelo de tanatopraxia padrão realizada em cadáver que não está em estágio de decomposição, mas que possui algumas manchas de hipotâstase cutânea (manchas arroxeadas na pele) decorrente do processo de acumulação sanguínea. A partir da técnica da tanatopraxia adotada no cadáver a coloração do corpo foi restaurada⁹⁵. (Disponível em: <http://www.protanato.com.br/site/index.php?option=com_content&task=view&id=30&Itemid=34>. Acesso em: 04 abr. 2009).



Fotografia 57: Modelo de tanatopraxia avançada realizada em cadáver com avançado estágio de deformidade, cuja morte (provavelmente decorrente de afogamento ou enforcamento) trouxe como consequência o inchaço do corpo, fazendo com que o rosto ficasse deformado. A partir da técnica da tanatopraxia adotada no cadáver os olhos, nariz e lábios inchados e distendidos voltaram à sua forma original⁹⁶. (Disponível em: <http://www.protanato.com.br/site/index.php?option=com_content&task=view&id=30&Itemid=34>. Acesso em: 03 jun. 2008).



Fotografia 58: Modelo de tanatopraxia avançada realizada em cadáver com avançado estágio de deformidade, cuja morte trouxe como consequência o inchaço do corpo, fazendo com que o rosto ficasse deformado. A partir da técnica da tanatopraxia adotada no cadáver os olhos, nariz e lábios inchados e distendidos voltaram a sua forma original⁹⁷. (Disponível em: <http://www.protanato.com.br/site/index.php?option=com_content&task=view&id=30&Itemid=34>. Acesso em: 04 abr. 2009).

⁹⁵ Idem.

⁹⁶ Idem.

⁹⁷ Idem.

A tanatopraxia é uma técnica quase inaplicável entre os agentes da Funerária São Matheus, realizada apenas pelo sócio-proprietário da funerária que fez um curso em São Paulo. Os serviços que são mais realizados entre os agentes fúnebres são a lavagem, higienização, restauração facial, necromaquiagem, formolização, vestimenta, colocação do cadáver no caixão, ornamentação a urna e transporte do morto até o local de velório e/ou sepultamento.

Se a tanatopraxia não é uma prática corriqueira entre os agentes fúnebres da Funerária São Matheus isso se deve ao fato de que não é comum o velório ultrapassar vinte e quatro horas até o corpo ser sepultado, sendo, portanto, desnecessário conservar o corpo através da tanatopraxia e optar pela formolização caso o cadáver demorar mais de vinte e quatro horas para ser sepultado. A utilização da técnica formolização de cadáveres só é realizada em decorrência do tempo de velório e do sepultamento e não em decorrência da cultura da poluição dos cadáveres (da forma como é presente na sociedade norte-americana). O que há é uma cultura da impureza e pureza dos cadáveres que tem *mana*, nessa relação deseja-se que o corpo seja mantido intacto e inviolável ao mesmo tempo em que não se suporta tocar o corpo, optando por deixar a *toillete* fúnebre nas mãos dos agentes especializados.

Os serviços de higienização dos corpos mortos realizados pelos agentes fúnebres da Funerária São Matheus são muito bem recebidos pelos clientes do Grupo Parque das Flores. Azálea, uma cliente que adquiriu uma concessão de jazigo no cemitério Parque das Flores no ano de 2001 e em 2005 se associou ao Plano Previparq tipo Rubi, fez uso dos serviços dos agentes fúnebres quando do falecimento de seu esposo no ano de 2006. O esposo de Azálea morreu aos oitenta e cinco anos de idade, num hospital local, vítima de pneumonia:

Seu esposo faleceu no hospital

Foi. No hospital.

E como foi esse trâmite

Quando a médica. Ele tava no hospital, tava na UTI, quando disseram de madrugada que ele tinha falecido. Eu já peguei toda documentação e já parti pra lá [para o hospital], quando eu cheguei lá na [hospital] Santa Casa. Fui com meu filho na casa funeral e o rapaz disse que não precisava levar nada, que tava tudo certo, que eles tem lá, ligam né? Disseram que tava tudo certo. Pronto, mandou eu escolher a urna, não teve problema nenhum, eles fizeram tudo, aí levei a roupa dele, que eles não dão. Levei a roupa dele, aí levei, levei tudo. Ele preparou, eu não tinha feito a barba dele porque ele tava com febre, ele disseram: "Tem problema não!" Fizeram a barba dele, arrumou, se quiser maquiar, maqueia. É uma beleza. Foi um serviço perfeito.

Eles fizeram tudo?

Tudo.

Levaram para o cemitério também?

É. Meu filho acompanhando. Meu filho e minha filha ficaram acompanhando e eu vim pra casa porque não havia necessidade de ficar todo mundo lá. Fiquei um pouco aqui com meu irmão, a sobrinha dele, com essa outra filha. A minha outra filha e meu filho ficaram lá. Depois, de quatro e poucas da madrugada, eles [os filhos] disseram: "Já estamos seguindo, já tá pronto". Então saímos daqui e

seguimos pra lá pro Parque das Flores pra ficar lá no funeral. De cinco horas eu tava lá, fui comprar mais flores porque eles não dão. Eles não dão cordelias, eles não dão. Isso não entra. Então eu fui mandar fazer aquelas cordelias bonitas, aqueles arranjos. Isso eu fui fazer. Então eu cheguei lá o que? Umas cinco e poucas. (Entrevista com Azálea, realizada em 11 de junho de 2008).

Íris, uma dependente do Plano Funeral Previparq, tipo Rubi, fez uso dos serviços de higienização quando do falecimento do seu pai, em março do ano de 2007. A concessão do jazigo no cemitério Parque das Flores foi adquirida por seu pai no ano de 2004, três anos antes de falecer. O pai de Íris resolveu adquirir um jazigo depois de descobrir que sofria de um enfisema pulmonar. Já o contrato do plano Previparq tipo Rubi foi realizado no ano de 2006. O pai de Íris faleceu aos noventa anos de idade no quarto de sua residência, local onde foi montada uma semi-UTI um dia depois de várias tentativas de interná-lo, sem sucesso, nos cemitérios públicos da cidade de Maceió:

A minha mãe me chamou, comecei a chorar, parei naquela mesma hora, foi só um desabafo, aí liguei pro Previparq. Isso já era três horas da manhã, aí eles disseram: “Olhe a gente não pode ir agora porque o IML tem que está aberto, porque ele morreu em casa e tem que ir pro IML, o parque tem que levar ele pra poder pegar o laudo senão não enterra”. Aí eu disse: “Que horas abre lá?”. Ele disse: “Sete, sete e pouca tem um médico já lá”. Aí eu disse: “Tá certo”. Aí ajeitamos ele. Isso foi de três horas da manhã, de quatro e meia o rapaz do Previparq chegou, aí arrumou ele, deixou ele lá. Quando deu seis horas ele voltou com o carro de novo da funerária e levamos ele pro IML.

Os agentes chegaram de quatro horas na sua casa?

Entre quatro e quatro meia.

Ajeitaram ele?

Ajeitou ele.

Ajeitou como?

Ajeitou assim, trouxe já o caixão, botou ele dentro já todo arrumadinho e deixou ele lá sem flor sem nada, porque ele foi resolver a questão da flores já no Parque. Aí deixou ele dentro do caixão todo arrumado, lá dentro, já que já tava duro né? Teve que arrumar ele.

E os outros procedimentos, teve algum outro procedimento que eles realizaram?

Eu só vi isso. A gente tirou a roupa que ele tava, colocou a roupa pra se enterrar e botou no caixão e pronto eu não vi mais nada. Agora quando ele voltou, que a gente levou pro IML eu pedi pra não abrirem ele, pra não fazer nada, nenhum tipo de exame, já que ele tinha acompanhamento, eu levei tudo prontinho, os receituários que eu tinha, tudo, exame, tudo, aí o médico graças a Deus ele foi bom e não abriu, mas ele tinha que abrir porque a médica que tava lá na hora falou, aí graças a Deus ele não abriu ele, porque eu não queria ele já tava todo prontinho, pra tá mexendo com ele, já tinha sido tanto sofrimento que já tinha passado, já tava todo roxinho, já de falta de ar que deixa a pessoa toda roxa. Aí o rapaz ficou lá conversando até chegar o perito e olhou ele, aí a gente foi embora pro Parque. Quando chegou lá, aí foi quando o rapaz do Previparq foi maquiar ele, fazer barba, botar aquele gelzinho, botou um monte de algodão dentro, aí fez a arrumação todinha do caixão.

Ele fez isso no cemitério?

Ele já fez no Parque. Foi. Ele botou as flores.

Isso foi de que horas?

Quando ele fez isso já era mais de dez horas da manhã. A gente ficou muito tempo no IML porque o perito demora atender. A gente chegou no cemitério.

Ficou só você?

Eu e uma tia do meu marido, ela foi junto comigo.

E o resto da sua família ficou em casa?

Ficou em casa. Quando ele faleceu a gente perguntou logo se podia enterrar ele no mesmo dia, como ele foi morte de falência múltipla dos órgãos não tinha necessidade de deixar pro outro dia. Ele já tava duro, ali ele não ia voltar mais, aí o Parque disse: "Tudo bem então a gente marca, você quer de cinco horas ou de quatro horas". Eu disse: "De quatro, que tá pelo dia ainda". Ele morreu as três horas da madrugada e se enterrou as quatro horas do mesmo dia, na tarde. Aí eles pegaram ele de dez horas, arrumaram com flores, aí foi o restante da tarde o velório. Eu gostei do atendimento do parque.

Você ficou lá?

Eu só fui pra casa quando eles terminaram de ajeitar ele, deixou ele todo arrumadinho, que já tava chegando pessoas e minha mãe tava prevista pra chegar, aí pronto, ela tá chegando eu vou pra casa tomar um banho, como alguma coisa, porque eu tava esse tempo todo com ele e não tinha comido nada, tava de estômago vazio, aí eu disse: "Vou para casa". E tava com dor de cabeça, uma dor de cabeça tão grande, tem que chorar né, porque eu só vim chorar depois que cheguei no Parque, de dez horas em diante, que eu olhava pra ele, o rapaz maquiando ele, botando aqueles algodão, é muito algodão que eles botam na boca pra não sair secreção. Botam no nariz, botam no ouvido. É tanta coisas que eles fazem.

E você ficou vendendo?

Eu vendo tudo. Ele botou uma parede móvel pra tapar, ele botou aquilo ali pra poder fazer tudo nele. Eu achei até interessante. Ele disse: "Você quer que eu faça a barba dele?" Porque já fazia uns dias que eu tinha feito, como ele tava doente eu não tava conseguindo fazer porque ele ficava agoniado aí tava um pouquinho grande, eu disse: "Tá, é melhor fazer, ele se enterrar sem a barba, ele nunca gostava dessa barba". Aí ele fez. Eu gostei do atendimento dele.

(Entrevista com Íris, realizada em 02 de junho de 2008).

Esses serviços de higienização e restauração do cadáver são bem aceitos pelos consumidores fúnebres, pois mantêm nos cadáveres a imagem da vida, sobretudo se a morte foi violenta, consequência de algum acidente cujo corpo ficou deformado. Quando estes serviços são realizados (sobretudo a restauração facial), os velórios são marcados por tristeza e comoção. Entretanto quando estes procedimentos não são realizados nos cadáveres, os velórios são também marcados por grande desespero e aversão (e até curiosidade).

Foi o que aconteceu nos velórios de quatro jovens que faleceram em decorrência de um acidente de carro no dia 05 de agosto de 2006 na Avenida Fernandes Lima, em Maceió. Neste acidente, cinco jovens ocupavam um veículo, um Fiat Uno, quando o motorista perdeu o controle do automóvel e se chocou, numa velocidade de aproximadamente 140 km por hora, contra um poste, por volta das quatro horas e trinta minutos. O carro partiu-se em três pedaços e dos cinco ocupantes, apenas um sobreviveu, o motorista, de 26 anos de idade, que foi socorrido e medicado. Dos outros quatro ocupantes do veículo, três faleceram imediatamente (dois irmãos, um com 21 anos e outro com 24 anos de idade e outro jovem de 21 anos de idade) e o quarto, com 19 anos de idade, foi socorrido, mas não resistiu.

Os velórios dos mortos neste acidente ocorreram nas capelas do Campo Santo Parque das Flores. Todos os velórios foram muito emocionantes por se tratarem de mortes violentas em pessoas jovens. Entretanto, apenas em um dos cadáveres a funerária contratada pela

família não realizou o procedimento de reconstituição facial e, por conta da gravidade do acidente, a face deste jovem ficou irreconhecível, inchada e deformada, os ossos esfacelaram-se de tal modo que era impossível identificar o local dos olhos e da boca.

As aparências dos cadáveres trouxeram diversas reações entre os presentes. Nos corpos onde a reconstituição facial foi realizada, o velório transcorreu sem nenhuma atipicidade, mas no velório do jovem cuja face não foi reconstituída, algumas pessoas sequer tentaram se aproximar do caixão para visualizar o defunto e os que se aproximaram do cadáver faziam em virtude da curiosidade, nestes, era perceptível os sentimentos de aversão, desespero e enojamento. Com isso, os familiares decidiram fechar a tampa do caixão antes do término da cerimônia.

Em razão da aparência dos cadáveres, este é um caso emblemático que sempre é lembrado por todos os funcionários do cemitério para exemplificar a “necessidade” dos serviços de higienização e restauração facial. Portanto, esses serviços por mais dispendiosos que sejam, contribuem para amenizar e ocultar as aparências e os signos da morte, proporcionando um aspecto mais saudável e mais vivo do morto.

5.3. Velórios e sepultamentos no Campo Santo

Quando um óbito chega para ser velado em uma das quatro capelas do Campo Santo Parque das Flores, o caixão é colocado, com a tampa aberta, sobre uma mesa de mármore. O cadáver fica exposto dentro do caixão, com objetivo de receber as últimas homenagens da família e dos amigos.

Os funcionários do cemitério Parque das Flores providenciam uma ficha com o nome da pessoa falecida, o horário e a data do sepultamento que é colocada na frente da capela. Depois solicitam que algum familiar assine um registro da entrada do óbito na capela e apresentam um livro de condolências com as informações sobre a pessoa falecida que é colocado próximo ao caixão e serve para que os familiares, amigos e todos que presenciarem a cerimônia de velório, assinem ou deixem alguma mensagem de condolências ou lembranças.

Em seguida é confeccionado um crachá com a identificação do morto (nome, data de nascimento, data de falecimento) que é colocado na alça do caixão e a família recebe as chaves da suíte da capela velatória. Todas as capelas possuem piso em mármore, ventilação e iluminação artificial, cadeiras acolchoadas, duas mesas em mármore onde são realizadas as últimas celebrações e onde o caixão é colocado, esta mesa é ladeada por quatro candelabros. Todas as capelas são equipadas com uma sala de estar (suíte) iluminada e climatizada artificialmente (com ar condicionado) para repouso dos familiares. Esta sala possui banheiro, sofá para descanso, um frigobar e serviço de *buffet* com salgados, doces, refrigerantes e águas.

As capelas de velório do cemitério Parque das Flores são elogiadas pelos familiares que velam os corpos de seus entes, já que a estrutura das capelas possibilita um maior conforto para a realização das cerimônias de velórios:

As capelinhas de velório do Parque é uma beleza. Foi uma beleza, o velório [do esposo] foi de madrugada, foi de quatro e meia da manhã, foi velado o corpo todo lá, com maior assistência, tudo de bom. Essa capela é muito boa, tem ar condicionado no quarto para você descansar, frigobar, com tudo.

(Entrevista com Azálea, realizada em 11 de junho de 2008)

O velório do Parque é bem melhor. A capela é muito melhor. A capela do Parque quando eu entrei na sala de descanso que tinha aquela cesta, refrigerante, água, chocolate de tudo, todo mundo que chegava eu oferecia alguma coisa, porque a cesta tinha muita coisa, era biscoito, era chocolate, era doce, era muita coisa, a gente ainda levou pra casa porque não deu pra comer lá, porque tem uma hora que você começa a chorar aí não tem apetite mais. O banheiro é tudo limpinho, aí tem a ventilação lá é boa, as cadeiras, tudo. Tem um papel pra pessoa assinar quem participou do velório. Eu gostei.

(Entrevista com Íris, realizada em 02 de junho de 2008)

Nessas capelas velatórias o tempo de estada do cadáver, antes de ser levado à sepultura, é prescrito pela família, é ela quem vai dizer quantas horas o corpo deve ser velado e à que horas deverá ser o sepultamento. Se uma pessoa falece pela madrugada, por exemplo, seu corpo poderá ser sepultado no dia seguinte à tarde. Caso o indivíduo faleça durante o período diurno, o velório pode acontecer durante a noite ou por toda a madrugada do dia seguinte, sendo sepultamento realizado somente no dia seguinte⁹⁸. As informações sobre o local de velório, a data e o horário do sepultamento, são repassadas pelos funcionários que ficam na portaria do cemitério Parque das Flores, aos visitantes, parentes e amigos que porventura estejam à procura do velório.

⁹⁸ Nestas regras algumas exceções podem ser aplicadas. No Campo Santo Parque das Flores já houve ocorrência de um corpo que estava embalsamado passar três dias na capela à espera de ser transladado para outro país.



Fotografias 59 e 60: Capelas de velório do Cemitério Parque das Flores, em Maceió.



Fotografias 61 e 62: Interior das capelas de velório do Cemitério Parque das Flores, em Maceió.

No Campo Santo Parque das Flores as cerimônias de velório e sepultamento são realizadas por uma equipe composta por cinco funcionários: um Mestre de Cerimônias, três jardineiros (coveiros) e um administrador, mas são os Mestres de Cerimônias que conduzem o velório e o sepultamento:

E como é a tua atividade?

De sepultamento?

Sim.

Eu vou lá para cima [para as capelas], dou auxílio à família, caso a família precise antecipar o sepultamento aí ela vem até a mim, eu tô lá presente, aí a gente antecipa o sepultamento, se quer demorar mais conversa com a gente a gente dá mais um prazo de uma ou duas horas, só quem sabe é o cliente o horário que ele quer fazer o sepultamento, quem diz o horário é eles. Aí tá na hora de fechar, a gente vai lá, eles chamam ou senão se o sepultamento é de seis horas a gente tá de seis horas em ponto lá na capela, aí a gente vai até os familiares do falecido, conversa com ele e pede para quando precisar pode fechar, se autorizar a gente fecha, pede para alguém pegar do lado, pegar de um lado e do outro [do caixão] e a gente coloca [o caixão] no carrinho, do carrinho a gente traz até o jazigo, para a área do sepultamento.

Aquele carrinho que desce [descensor]?

Não. A gente coloca no carrinho [de transportar a urna até o local do jazigo] e depois coloca no descensor. Porque aí a gente vai tá guiando o sepultamento. Lá na área do jazigo a gente manda alguns familiares pegarem o caixão e botar no descensor, aí tem as cadeiras ao lado para família, tem as cadeiras de um lado e do outro, para a família do falecido né? Aí na hora a gente pergunta se pode descer o caixão. Acionando com a cabeça balançando, indicando, aí a família pega e dá

ordens com a cabeça, a gente vai e desce e faz o sepultamento. Terminando, os coveiros tiram o descensor, bota as gavetas no local e depois bota a tampa da gaveta de cima e finaliza o sepultamento.

Depois vocês cobrem o jazigo com as flores não é?

É. Coloca as coroas e sai. Nesse período a gente fica do lado porque caso haja alguma dúvida, porque as vezes eles perguntas: “Como é? Não vai botar a grama agora não?”. A gente diz a eles: “Amanhã ou depois quando plantar a grama”. As coroas de flores ficam tudo em cima do jazigo novamente e fica aterrado.

(Entrevista com Lírio, realizada em 29 de março de 2008)

Apenas três dos cinco funcionários (o Administrador, o Mestre de Cerimônias e um Jardineiro) se dirigem para a capela onde o corpo está sendo velado. Quando isso ocorre a família, os amigos e todos que estão velando o morto, entendem como o momento de encerramento do velório e o início da cerimônia do sepultamento.

Neste momento as pessoas procuram se aproximar do caixão. Os choros e lamentos ficam mais intensos. Beijos, afagos ou um simples toque no cabelo, no rosto ou nas mãos do morto são atitudes comuns entre os presentes.

O Mestre do Cerimonial acena (baixando a cabeça em tom afirmativo) para um dos familiares para autorizar o fechamento da tampa do caixão. A espera para o processo de fechamento da tampa do caixão pode durar vários minutos e a tampa pode ser fechada e reaberta diversas vezes se a família assim desejar, pois há sempre aquele que deseja ver o corpo do defunto pela última vez. Todo esse ritual é realizado em silêncio pelos funcionários que se comunicam entre si e com os familiares apenas através de sinais e gestos.

O caixão é levado para o local onde será sepultado, dando início ao cortejo fúnebre. No cortejo fúnebre o Mestre de Cerimônias vai à frente, seguido pela urna funerária e logo atrás os parentes e amigos.



Fotografias 63 e 64: Cortejos fúnebres no Campo Santo Parque das Flores, em Maceió.

Ao chegar ao local onde o corpo será sepultado, o restante da equipe (dois jardineiros) aguarda para proceder a cerimônia do sepultamento que compreende o processo de tapamento do jazigo. A área que vai abrigar o sepultamento é organizada da seguinte forma: primeiro, é colocando um toldo sobre o local que tem a finalidade de bloquear os raios solares. Em cima da grama se colocam as placas de concreto armado⁹⁹ para fechar o jazigo. Um descensor funerário (uma espécie de carrinho de alumínio com quatro rodas e com uma pequena alavanca para descer a urna funerária até a gaveta do jazigo) é posicionado em cima do jazigo cavado. Ao redor do jazigo são colocadas algumas cadeiras para que a família e os amigos possam se sentar enquanto a cerimônia do sepultamento é realizada.

Quando o caixão chega ao local do jazigo é colocado em cima do descensor. O Mestre do Cerimonial acena para a família solicitando autorização para baixar a urna e proceder a cerimônia do sepultamento. Depois disso a equipe de funcionários retira o descensor e inicia o tapamento do jazigo, colocando as placas de concreto armado e encimentando. Em seguida os funcionários colocam as coroas e os jarros de flores e se retiram do local.



Fotografia 65: Jazigo preparado para receber o sepultamento (preparado com um toldo, em cima do local do jazigo está posicionado o descensor, nas laterais algumas cadeiras, próximo do jazigo o carrinho que transporta o caixão da capela velatória até o local do sepultamento e outros paramentos para fechamento do jazigo (placas de concreto armado, cimento, etc.)



Fotografia 66: Jazigo após o sepultamento, quando os funcionários colocam em cima do concreto armado as coroas de flores.

O caixão é colocado no jazigo numa posição em que os pés da pessoa morta fiquem direcionados para a entrada do cemitério. Segundo Cascudo (1971) a posição correta do cadáver no espaço do velório e da sepultura tem uma eficácia simbólica que assegura a

⁹⁹ Caso em que a urna fique na gaveta dois, localizada no nível mais abaixo, os funcionários colocam oito placas, sendo que quatro placas irão cobrir a gaveta inferior e as outras quatro irão cobrir a gaveta superior. No caso do caixão ficar na gaveta um, localizada na parte superior do jazigo, os coveiros colocam apenas quatro placas para cobrir a parte superior da área.

passagem do defunto para o território da morte, “sempre com os pés voltados para a rua e quando é carregado no féretro conserva-se a direção. Sai para a sepultura com os pés, ao inverso de como entrara no mundo”. Essa posição do morto é que delimitará o lado em que o jazigo está localizado (se direito ou esquerdo).

O momento da descida do caixão à sepultura, juntamente com o momento de fechar a tampa do caixão durante a cerimônia de velório, é marcado por grande comoção, as pessoas choram, desmaiam, gritam, enfim, expressam suas emoções das mais diversas formas. Íris lembra que o pior momento da cerimônia de velório e sepultamento de seu pai foi quando da descida do caixão à sepultura no cemitério Parque das Flores, já que se configurava a certeza de uma ausência:

Quando painho faleceu é que eu vim ver o que era a pessoa ter alguém da família e não ver mais, ver ali e saber que depois de fechar [o jazigo] não vai ver mais ele, aí foi a dor pra mim. É o pior momento, os piores momentos que eu achei lá no Parque foi a hora que fecharam o caixão e na hora que colocaram ele dentro do jazigo, que botaram as pedras e que chumbaram com aquele cimento, que eles botam um monte de cimento lá, lacra aquilo tudo, depois bota flores, foi quando a gente começou a rezar, aí a gente chorava, chorava, chorava, não podia parar, foi as piores partes pra mim foi essas, o fechamento do caixão e o fechamento do jazigo, ali acabou.

(Entrevista com Íris, realizada em 02 de junho de 2008).

Algumas cerimônias fúnebres e rituais de sepultamentos podem ser acompanhadas por músicas, orações, voz e violão, dores fúnebres e orquestras. Há velórios onde a família exibe um vídeo com cenas do morto em vida, outros solicitam padres católicos para celebração das exéquias e encomendação da alma do defunto, outros convidam pastores evangélicos para celebrar orações pela pessoa morta. Outra cena comum nas capelas velatórias é a ornamentação da sala, quando as capelas passam a receber coroas de flores de parentes e amigos da pessoa falecida. Esse hábito de ornamentar os túmulos ou capelas com flores sugere uma demonstração de carinho que os vivos têm por seus mortos, quando presenteadas por amigos ou conhecidos também podem sugerir solidariedade para com a família enlutada.

No momento da descida do caixão à sepultura, dependendo da religião dos familiares ou da pessoa morta, podem ser proferidas orações, leituras de passagens bíblicas, cânticos de hinos religiosos e palavras de conforto para os viventes através de lembranças da virtude e das benfeitorias do morto. As referências elogiosas à pessoa falecida é um tipo de costume muito peculiar dos rituais fúnebres brasileiros. Rodrigues (2006b, p. 26) observou que diante da notícia do falecimento de alguém, imediatamente se pergunta: “De que?”, com objetivo de traçar o gênero da morte. Em seguida, quando se trata de um morto próximo, é hábito tecer algum elogio à pessoa do tipo: “Que pena, ele era tão bom...”.

As cerimônias de velório, cortejo fúnebre e sepultamento nunca são iguais. Os Mestres de Cerimônias do Campo Santo Parque das Flores relatam algumas cerimônias consideradas anormais e diferentes do cotidiano fúnebre:

Quando tem um velório vocês ficam sempre por ali pela frente das capelas?

É. A gente sempre fica por ali por cima.

Vocês começam a ficar ali a partir da hora que chega o caixão?

Não, a gente fica normalmente uma hora antes da hora marcada para o sepultamento. Por exemplo, se o sepultamento for marcado pra quatro horas, uma hora antes a gente já começa a ficar lá em cima para dar atenção à família se precisar de alguma coisa. A gente fica lá em cima para isso e porque as vezes tem muita família que não sabe que tem pessoas que levam a urna até o local, até o jazigo. Aí eles pegam e fecham a urna quando você menos esperar. Já aconteceu isso, quando você vai para a capela não tem ninguém na capela mais, o pessoal já vai com a urna toda ao contrário, a cabeça no lugar errado, os pés.

Já aconteceu outros casos diferentes?

Uma vez eu fiz um sepultamento aí, ali em cima, aí todo mundo sério e de repente eu vi uma mulher gritando: "Silvana, Silvana, venha aqui Silvana". Todo mundo olhando. A mulher gritava: "Silvana". Era a cachorrinha *poodle* dela que desceu do carro e entrou na hora do sepultamento. Ela dizendo: "Silvana", tava doida, desesperada a mulher. Que mulher maluca, ficava gritando: "Silvana, Silvana". Aí quando eu olho, a cachorra no meio, a cachorrinha *poodle*.

Estava no velório ou já tava no sepultamento?

Estava no sepultamento, já tava chegando no descensor. Aí eu pensei: "Ai, meu Deus do céu!" e a mulher gritando pela cachorra. Aí a cachorra correu, correu e ela: "Venha Silvana" e mandou o motorista dela ir atrás da cachorra, o motorista pegou a cachorra, aí todo mundo sorrindo. Aí pronto bateu aquela vontade de rir em mim [risos]. Eu pensei que não ia me controlar não. Aí eu baixei a cabeça assim e disse: "Meu Deus, meu Deus me controla". A cachorra era tão bonitinha e a mulher a gritar. Era uma zoada danada, gritando: "Silvana, Silvana". Eu me controlei, graças a Deus, e fiz o sepultamento, depois que eu saí, eu comecei a rir, sozinho. Existe cada maluco.

Você me contou uma vez de um velório que os filhos tiraram a mãe da capela e botaram o caixão em baixo da árvore, não foi?

Foi. Pense numa família assim acho que uma família que fazia tudo que a mãe gostava entendeu? Uma família que amava a mãe mesmo assim. Eles deixaram ali debaixo do pé de árvore, disseram: "Não vamos deixar ela aqui porque minha mãe ama planta e gosta do verde, árvore, vamos deixar ela aqui". Eu disse: "Mais moço o senhor não acha melhor botar ela na capela", o filho disse: "Não. Aqui ela tá maravilhosa. Ah! Você não sabe, você não conheceu a minha mãe não, pode deixar ela aí". Aí deixou ela lá, aí a velha ficou lá debaixo do pé de árvore e eu: "Meu Deus! Quando o povo entrar aqui e ver essa mulher aqui". Era bem ali, não tem esse pé de árvore bem grande aqui quando você entra.

Sei. Logo na entrada? Eu pensei que tinha sido aquele perto do estacionamento, lá trás.

Não foi nesse daqui mesmo. Porque o sepultamento foi aqui [na área A]. Aí você vai aqui direto e tem um pé bem grande aqui do lado esquerdo.

Tem. Tem.

Pronto. Eles colocaram ela ali naquele banquinho ali debaixo daquela árvore e deixaram ela lá, e eu disse: "Mais moço, e se entrar alguém aqui". Ele disse: "Não se preocupe com isso não, minha mãe ama árvore, deixe ela aqui". Aí tamparam, fecharam a tampa do caixão e ela ficou lá, até os meninos acabarem de cavar o jazigo. E ela lá debaixo da árvore e os filhos conversando a maior alegria e a velha lá debaixo do pé de árvore [risos] olhando as flores [risos].

(Entrevista com Monsenhor, realizada em 17 de março de 2008)

Dias depois que o corpo é sepultado a administração do cemitério providencia a ornamentação do jazigo com gramas verdes. À família compete providenciar as lápides junto

à administração do cemitério, essas lápides serão posicionadas em cima do jazigo para identificar o local da sepultura e a pessoa sepultada (com informações sobre o nome do morto, data de nascimento e data de falecimento).

Depois

**O que se teme da morte é exatamente o que ela tem de morte
e o que nela se cultua é o amor à vida**
(José Carlos Rodrigues)

O slogan “dignidade e respeito” do Grupo Parque das Flores propõe uma ideologia de convívio pós-enterro, através de uma lógica denominada de “humanização” e de “democracia fúnebre”, conforme relatou um dos Diretores:

Da humanização, como um local de jardim né? De convívio pós enterro né? Que o outro mausoléu não incentiva o convívio pós enterro. É uma coisa muito feia, né? Apesar de ser uma obra de arte, mas ele é muito frio, muito, muito individualizado e muito levado assim pro lado quem é mais rico vai ter uma maior quantidade de granito, quem é pobre não vai ter nada e o tipo parque talvez seja o local mais democrático que existe, porque tanto o homem mais rico de Alagoas, como o mais pobre que tiver ali, tão iguais. Não tem, realmente ele, nessa vida é onde ele consegue ter o mesmo padrão de despedida.

(Entrevista com Cláudio Bentes, realizada em 10 de novembro de 2008).

A ideia de convívio pós-enterro está relacionada com a estética da humanização que é propagada pela ideologia dos cemitérios ajardinados. Essa estética da humanização é organizada tendo como antítese a arquitetura tumular nos cemitérios monumentais. Thomas (1991, p. 135-136) observou outras características da proposta de humanização na lógica cemiterial contemporânea:

Los servicios tanatológicos – ya no se dice pompas fúnebres – se orientan en el mismo sentido, como lo demuestran los indicios siguientes: la multiplicación de las funerarias con su ambiente humanizado, sus recepcionistas elegantes y su música ambiental, que contrastan con la apariencia siniestra de los depósitos de cadáveres; el cambio del color negro por el violeta en las berlinas que reemplazan a las carrozas fúnebres y por el gris en la vestimenta del maestro de ceremonias y los portadores; la función de consejero (a veces semejante a la del sacerdote y la del psicólogo, sobre todo en los Estados Unidos) que asume el responsable de los servicios fúnebres, quien se niega a ser considerado un mercader de la muerte y se atribuye una función humanitaria; por último, los loables esfuerzos que se realizan, sobre todo en Francia, para personalizar, enriquecer y dotar de simbolismo a los ritos (se han creado comisiones especiales con este objeto).

A ideologia da humanização comprehende também ritos que são realizados depois da morte. Se a morte do indivíduo causa uma desestrutura social (MALINOWSKI, 1984), então os ritos do depois, os ritos *post mortem*, pretendem a reestrutura social, objetivando a manutenção da relação e da comunicação dos vivos com os mortos:

Se a sociedade é um sistema de comunicações, o desaparecimento de um componente de sua organização põe em crise todo o sistema. A morte de um indivíduo não é um evento isolado, mas representa tantos eventos quantas relações o indivíduo morto mantivesse: amizades, inimizades, paternidade, filiação, aliança, propriedade... Todas essas relações, que constituem o tecido social, correm o risco de se romper ou se rompem definitivamente. Por isso, o desaparecimento de um indivíduo põe em marcha uma hiperintensificação das relações sociais. Desdobra diante dos indivíduos e grupos um jogo de espelhos que se inter-refletem e se

reduplicam, de modo a encerrar no seio da comunidade a auto-identidade própria do grupo, produzindo, pelo reforçamento da solidariedade dos que ficaram, a superação do vácuo deixado pelos que partiram. Cada grupo à sua maneira impõe aos sobreviventes o desempenho de papéis reclistalizadores que consistem em privilegiar determinadas relações e evitar outras (RODRIGUES, 2006b, p.75).

O convívio pós-enterro nos cemitérios ajardinados foi analisado por Freire (2005) ao estudar o processo de sociabilidade entre as famílias enlutadas no cemitério ajardinado-parque Morada da Paz, na cidade de Natal, no Estado de Rio Grande do Norte. A autora percebeu a existência de uma alteração nos espaços cemiteriais através da prestação de serviços denominados de grupos de apoio psicológico aos enlutados.

Essa proposta de convívio pós-enterro compreende a criação de eventos cerimoniais com a finalidade de lembrar o morto, fazendo com que sua memória esteja sempre presente. Esses eventos cerimoniais são: a assistência ao luto com auxílio de profissionais capacitados para este tipo de ação (Psicólogos ou Assistentes Sociais) e as comemorações de datas significativas: o Dia dos Pais (segundo domingo do mês de agosto), o Dia das Mães (segundo domingo do mês de maio), o Dia das Crianças (dia doze do mês de outubro), o Dia de Finados (dia dois do mês de novembro), o Natal (dia vinte e cinco de novembro) e os aniversários de nascimento e morte do sepultado.

Esses eventos vão interagir com o sistema sincrônico e a partir do momento em que são apropriados pelo esquema cultural e penetram na cultura, adquirem significância histórica, conforme demonstrou Sahlins (2003b, p. 15) em análise sobre os eventos: “um evento transforma-se naquilo que lhe é dado como interpretação. Somente quando apropriado por, e através do esquema cultural, é que adquire uma significância histórica”. Os eventos cerimoniais propostos pela ideia de convívio pós-enterro passam a fazer parte do cotidiano fúnebre e são repetidos. Isto ocorre porque como qualquer outro evento, eles se desdobram em dois planos: um que se refere às histórias de vida e as ações individuais de cada enlutado, e outro que abriga as representações de todos os enlutados, formando uma história coletiva que está acima das histórias individuais, pois abriga a estrutura cultural (SAHLINS, 2003b, p. 142-143).

6.1. *Grief Terapy: a psicologia (terapia) do luto*

A terapia do luto ou luto terapêutico é uma das premissas da indústria fúnebre norte-americana criada pelos *funerals directors* com o objetivo de aliviar a família enlutada de todos os detalhes da morte e do morto¹⁰⁰.

A terapia do luto no Brasil consiste no acompanhamento psicológico aos enlutados. O Grupo Vila oferece desde o ano de 2001 a psicologia do luto através do atendimento psicológico individual ou de grupos de apoio, conforme consta na *website* do Grupo Vila:

A Psicologia do Luto é um serviço pioneiro no Nordeste, oferecido pelo Grupo Vila nos cemitérios Morada da Paz e Parque da Passagem. Após sete anos de atividade, o projeto vem passando por um processo de reestruturação e ampliação de suas atividades com o objetivo de ajudar ainda mais pessoas a superarem a dor da perda. As perdas vivenciadas por todos nós, seja para a vida ou para a morte, costumam trazer sentimentos novos e de intensidade e duração variadas. Esse período vivenciado após as situações de perda é o que a teoria do luto chama de processo de luto. Para cada pessoa, o processo de luto acontece de forma única e vai depender das características individuais de cada um, do tipo de relacionamento que se tinha com a pessoa que partiu, do suporte psicosocial que se recebe e da forma como aconteceu a perda.

O processo de luto costuma seguir etapas que são comuns às pessoas que o vivenciam e geralmente trazem sentimentos como solidão, angústia, tristeza, sentimentos de culpa, falta de interesse pela vida, raiva e também sensações de ordem física. Tudo isso é natural quando se passa por perdas, sobretudo a morte de pessoas queridas.

Dessa forma, a Psicologia do Luto do Grupo Vila traz um espaço de atendimento individual e de grupos de apoio, em que todo esse processo de luto pode ser acolhido, respeitado e vivenciado.

As atividades desenvolvidas por esse serviço são gratuitas e oferecem ainda palestras informativas visando esclarecer sobre os temas relacionados à morte, luto, enfrentamento e superação.

Missa da Família. Sábados, às 15:30 horas. Semanalmente no Morada da Paz e quinzenalmente no Parque da Passagem.

Psicologia do Luto. Quinta-feira à tarde e sábado, após a missa. Quinzenalmente, no Morada da Paz e Parque da Passagem.

(Disponível em: <http://www.grupovila.com.br/psicologia_do_luto/servico/>. Acesso em 20 abr. 2008)

Os grupos de apoio realizam palestras com os enlutados nas dependências dos cemitérios Morada da Paz e Parque da Passagem (ambos na cidade de Natal) com a finalidade de:

Possibilitar o aprendizado para conviver com a saudade e retomar a vida. Um encontro de pessoas que se dão as mãos para viver a dor e dar um novo sentido a existência, compartilhando experiências e emoções, permitindo que o ente querido continue fazendo parte de sua vida, sem tanto sofrimento.

(Disponível em: <http://www.grupovila.com.br/empreendimentos/natal_rn/cemiterio_parque_da_passegem/>. Acesso em: 20 abr. 2008)

¹⁰⁰ A função da *grief therapy* foi discutida no capítulo 3.1, intitulado: “Indústria do funeral norte-americana”.

Freire (2005) analisou o serviço de psicologia de luto do Grupo Vila entre os enlutados que frequentavam o grupo de apoio do cemitério Morada da Paz, na cidade de Natal, através de incursões ao longo de dois anos (2003 e 2004), onde manteve conversas informais com os enlutados, acompanhou o grupo de apoio psicológico e realizou entrevistas com visitantes, funcionários e gerentes do cemitério, com o objetivo de analisar a sociabilidade existente entre os enlutados e o papel destes vínculos na elaboração da perda.

A autora percebeu que a proposta de criar um serviço para os enlutados partiu da psicóloga responsável pelo grupo de apoio psicológico, que, ao terminar uma especialização em psicoterapia para pessoas enlutadas, criou o projeto e apresentou à direção do Grupo Vila. A proposta do grupo de apoio é descrita da seguinte forma:

A proposta do grupo é desenvolver o trabalho de apoio em doze sessões, realizadas quinzenalmente, também aos sábados, após a missa, no ambiente da sala-de-estar do cemitério. Apesar de existir uma programação idealizada pela psicóloga para discussão dos temas e duração do grupo, ela faz questão de ressaltar, no primeiro encontro, que os debates se desenvolveriam de acordo com a fala dos participantes e que a proposta das doze sessões poderia ser alterada, seguindo uma necessidade de ampliação, ou não, dos encontros (FREIRE, 2005, p. 76).

Os interessados em participar da psicologia do luto devem realizar inscrições na secretaria do cemitério e assistir quatro palestras com temas diferenciados: perda, morte, sintomas psíquicos e corporais, importância de externar e compartilhar a dor, etc. O grupo de apoio psicológico era, à época da realização da pesquisa, o único formado para atender enlutados de parentesco diversos, na cidade de Natal e o único do país a ser realizado dentro do ambiente de um cemitério.

O objetivo do grupo de apoio era permitir uma permanência mais demorada no cemitério. Esse estímulo à assiduidade fazia com que os enlutados utilizassem o cemitério como local de sociabilidade, como um local onde era possível falar de algo impossível no cotidiano: o luto. O cemitério se transformou em palco para expressar uma dor silenciada no dia-a-dia, o cemitério era, portanto, “o som do silêncio” (FREIRE, 2005).

No Grupo Parque das Flores não existe a psicologia do luto tal como é praticada no Grupo Vila, devido a ausência de um espaço apropriado no cemitério Parque das Flores. Entretanto, há serviços de assistência aos enlutados durante o momento da perda, através de auxílio terapêutico aos familiares nos velórios e/ou sepultamentos de seus entes, durante as conversas informais realizadas através de contatos telefônicos com a família, ou em visitas às residências dos enlutados. Esses serviços são realizados por Assistentes Sociais contratadas pelo Grupo Parque das Flores para prestar assistência aos enlutados associados dos planos funerários PréVida ou Previparq das Flores.

Durante uma conversa informal, a Assistente Social que realiza o auxílio ao luto aos associados do plano Previparq das Flores revelou que seu serviço consiste numa humanização da morte e não apenas em vender a morte, pois quando vê uma pessoa morta pensa-a não como um morto ou como um cadáver, mas como um pai, uma mãe, um irmão, um filho, etc.

Porém, essa proposta de humanização é ambígua já que, se por um lado, está baseada na crítica à desumanização, por outro lado, essa humanização da morte faz parte de uma ideologia de uma empresa que comercializa produtos e serviços fúnebres. Então mesmo optando por uma característica humanista, o serviço é oferecido por uma empresa e para ser consumido é necessário adquiri-lo financeiramente, pois o serviço de assistência ao luto e acolhimento da família enlutada é oferecido apenas para os clientes do Grupo Parque das Flores associados dos planos assistenciais funerários.

A proposta de humanização da Assistente Social do Grupo Parque das Flores está concentrada em palavras de conforto e na valorização da expressão de sentimentos e sensações de choros pela família enlutada, tendo em vista que grande parte do público do cemitério Parque das Flores procura inibir as sensações e emoções e desviar as conversas sobre o tema da morte na tentativa de esquecer o trauma da perda. São filhos, esposos, esposas, mães e pais que tentam esconder as emoções para que pareçam pessoas fortes. Então, a Assistente Social encoraja essas pessoas a chorarem, a falarem sobre a dor da perda e a expressarem seus sentimentos e emoções.

Em uma ocasião, uma senhora havia se dedicado aos cuidados médicos ao seu pai, abrindo mão, inclusive, de sua vida pessoal. Quando do falecimento deste, durante a cerimônia de velório, não conseguia chorar, porém, em determinado momento teve uma crise nervosa tremendo e debatendo-se. A assistente social pediu aos familiares que esvaziasssem a capela de velório, se aproximou da senhora e insistiu para que ela chorasse, para que ela sentisse a dor já que quem estava morto era o seu pai, a quem ela havia cuidado e dedicado a vida toda. A senhora então chorou intensamente, diminuindo a crise nervosa.

O que a Assistente Social faz foi encorajar a expressão em público de sentimentos que estão associados ao luto. Essa característica da sociedade moderna de suprimir o luto foi discutida por Gorer (1965)¹⁰¹, mas é Thomas (1991, p. 121-127) que apresenta três etapas principais do luto que são marcadas por intensas e diferentes dores (delirante, melancólica, maníaca, obsessiva, histérica) e até mesmo por ausência de reações. A primeira etapa é o choque psicológico e físico, onde perturbações somáticas (perda de apetite e de sono, fadiga,

¹⁰¹ O processo de interdição e escamoteamento do luto foi apresentado no capítulo 1.3., intitulado: “Interditando, ocultando e banindo a morte e os mortos?”

etc.) são acrescidas de uma sensação de aflição e neste momento podem também surgir sentimentos de negação da morte e de raiva. A segunda etapa é a depressão, resultante do sentimento de vazio deixado com a perda. E a terceira é a readaptação quando desaparece o estado depressivo e a pessoa busca uma reabertura para o mundo.

Todas essas fases são acompanhadas pela Assistente Social do Grupo Parque das Flores que pretende que os familiares enlutados encontrem a terceira etapa. Dessa forma, o trabalho desenvolvido pela Assistente Social compreende um ritual de função terapêutica que é necessário ao reequilíbrio mental dos sobreviventes (THOMAS, 1991, p. 133).

Uma das associadas do plano assistencial funerário Previparq das Flores disse que quando seu pai faleceu, em março de 2007, sua mãe entrou em processo de luto, usando roupas escuras (pretas), chorando, fatigando e sonhando repetidamente com o esposo falecido, ao ponto de tomar antidepressivos para se tratar clinicamente:

Depois que ele faleceu eu nunca sonhei com ele chegando pra falar alguma coisa não. Ela sim. Mas a questão da minha mãe é tudo a consciência porque ela tá dormindo e de repente ela vê um flashzinho de luz e já achava que era ele que tava ali que era aquela luzinha. Aí ela olhava e dizia que ele tá aqui e sentia a presença dele. Se o cachorro latisse, que a gente tem um *poodle* dentro de casa, pronto, ele tá por aqui, aí eu: "Mainha acabe com isso", aí eu fui tirando isso dela e a medicação antidepressiva ajuda. Ela chora menos, ela parou de sonhar, porque os sonhos vem porque a sua consciência fica martelando aquela mesma coisa, até que você dorme e sonha. Ela não comia. Olha pra você ter ideia, depois que meu pai faleceu, ela hoje se você olhar pra ela você diz: "Minha mãe como você está mais magra". Tudo dela não era porque ela comia e engordava e sim o *stress* que tava inchando ela de tanta agonia que ela via ele doente, ela tava inchada, toda fortuna, os braços. Quando ele morreu, ela hoje tá com uma cinturinha bem fina, que ela é baixinha, ela é aquelas baixinhas fortinha, ela perdeu eu acho que uns cinco quilos de lá pra cá, de março pra cá. É porque hoje ela reage de uma forma diferente.

Vocês tiveram algum tempo de luto?

Teve a minha mãe (risos). Ela passou um bom período usando preto.

Foi?

Infelizmente. Pra tirar isso da cabeça dela, olhe para você ter ideia. Sim e outra coisa quando meu pai era vivo ele prendia demais, ela não tinha segurança de sair na rua, ela sempre pensava: "Ele tá reclamando porque eu tô saindo". Ela tinha que tá em casa o tempo todinho pra olhar ele, que ele não gostava que ela saísse só se fosse com ele, e ele também não gostava de sair, então ela ficava entocada dentro de casa, a depressão dela também iniciou assim. Ficava enjaulada. Depois que ele faleceu que a gente começou a ir na igreja, teve a missa de sétimo dia então o pessoal que era conhecido começou a resgatar ela, a puxar ela pra dentro da igreja, aí ela hoje faz parte do apostolado, todo dia de manhã ela vai lá, reza o terço, isso tirou ela mais também da questão de pensar: "Ele morreu, acabou a minha vida" e o luto dela durou mais de um mês, só não passou mais tempo eu acho que foi mais a gente brigando com ela pra ela tirar o luto ficar de preto, era marrom escuro e preto ela só usava essas cores. Ela não usava outra roupa.

Hoje ela já usa?

Hoje usa. Foi mais de um mês que ela ficou assim. Ela não usava nada, uma blusa colorida ela não usava porque ela dizia que era carnaval, felicidade, ela usava tudo liso e com cores fechadas. Era uma coisa horrível. Ela não queria sair pra canto nenhum, tanto que o médico ela só veio se tratar depois de um mês da depressão que ela não queria ir pra médico nenhum, queria fazer nada, só queria chorar, chorar, chorar, chorar, chorar.

(Entrevista com Íris, realizada em 02 de junho de 2008)

Esses casos recebem atenção redobrada da Assistente Social do Grupo Parque das Flores:

Depois que meu pai foi enterrado a assistente social perguntou, comentou com a gente: “Você tá precisando de ajuda, você e sua mãe?”. Aí eu disse pra ela que a minha mãe tava bem deprimida, aí ela se ofereceu em ir lá ou a minha mãe ir no Parque para elas conversarem, só que aí eu disse pra ela o seguinte que a mainha ia se tratar e provavelmente ela não iria falar com ela naquele momento, ela iria falar com um médico já que a minha mãe não conhecia ela, a minha mãe pra falar é muito difícil com pessoas estranhas, mesmo sendo do Parque, porque ela eu não sei, ela é uma psicóloga lá é?

Ela é assistente social. Ela está lá pra fazer esse serviço, ela está lá pra ajudar a família

Quando eu fui lá outro dia, ela tava lá, aí perguntou como é que estava a minha mãe, aí eu disse: “Está bem”. Depois ela ligou pra mim pra falar do seu caso e perguntou de novo sobre minha mãe. Ela sempre pergunta, ela não esquece, eu gostei dela.

(Entrevista com Íris, realizada em 02 de junho de 2008)

Os associados do plano assistencial funerário Previparq das Flores que conhecem e fizeram uso do serviço, comentam sobre a assistência social que tiveram durante e depois do velório e sepultamento de seus entes:

Então eu cheguei lá no Parque era umas cinco e poucas. Mas a moça ia muito lá na capela. O velório já estava na hora e ela com muito cuidado comigo.

A Assistente Social?

É. Eu estava cansada, o pessoal conversando. Ela me liga sempre. É uma atenção. É muito bom, eu aconselho qualquer pessoa fazer, muito, muito bom, muito bom mesmo. Fui muito bem servida.

(Entrevista com Azálea, realizada em 11 de junho de 2008)

Eu gostei muito, fui muito bem assistida, o povo muito bem educado de lá do Grupo, do Parque, pessoas boas mesmo, educadas, e sabem consolar, ajuda.

A senhora teve contato com a Assistente Social?

Muito, eu gosto muito dela, da Assistente Social.

(Entrevista com Dália, realizada em 09 de julho de 2008)

O auxílio aos enlutados durante e depois do velório e do sepultamento, oferecido pela Assistente Social do Grupo Parque das Flores garante uma maior aproximação dos clientes pela empresa, além de revelar uma atmosfera de credibilidade e respeito dos enlutados em relação à empresa. Essa situação se revelou durante uma entrevista com uma das clientes do plano assistencial Previparq das Flores que disse ter pensado em não me receber na sua casa e que só me recebeu porque o contato anterior foi feito com a Assistente Social, e complementou: “Se a assistente social não tem me prevenido eu não aceitaria. Diante de um mundo que a gente está. O mundo está fazendo medo. Eu iria recuar se ela não tem me prevenido” (Entrevista com Dália, realizada em 09 de julho de 2008).

6.2. Eventos fúnebres: “saudade com paz e não dor com desespero”

Segundo DaMatta (1985. In: DaMATTA, 1985, p. 120) na sociedade brasileira a morte mata, mas os mortos não morrem, pois estes são entidades relacionais que comandam a atenção e a reverência dos vivos, sendo assim, diz o autor:

Há obrigações diante dos mortos e de suas almas que são palpáveis: seus aniversários de nascimento de morte são lembrados, sua memória deve ser cultuada e há até mesmo uma possibilidade curiosa, pois falar periodicamente com eles dá a quem o faz uma certa sabedoria, poder e aquela invejável e tranquila resignação diante “deste mundo”.

O ato de falar com os mortos ou recordá-los em datas comemorativas revela uma intensa correlação existente entre vivos e mortos. A maioria dos familiares que possuem algum ente sepultado no Campo Santo Parque das Flores visita o cemitério em eventos comemorativos: Dia dos Pais, Dia das Mães, Dia das Crianças, Natal, aniversário de nascimento e morte do falecido e Dia de Finados.

Numa ocasião, no dia 01 de novembro de 2006, duas irmãs ornamentavam um jazigo no Campo Santo Parque das Flores onde estava sepultada a sua mãe. Uma delas disse que toda semana frequentava o jazigo para colocar flores e que quando isso não ocorria, sentia um vazio, relatou ainda que muitas pessoas a repreendiam por isso, mas que ela se sentia bem com este ato e tinha certeza que sua mãe também se sentia bem onde quer que ela estivesse.

Outra cliente que possui a mãe e o esposo sepultado em jazigos no cemitério Parque das Flores revelou em entrevista a frequência que visita o cemitério:

Eu vou, visitar muito, vou agora, no dia das mães eu vou levar flores. É tudo muito bem cuidado. Tudo muito bem limpo, tudo muito organizado. Quando meu marido aniversaria eu vou, no natal eu vou, aniversário de morte eu vou, da minha mãe também.

A senhora vai quantas vezes lá no cemitério. Nessas datas é?

É. Nessas datas importantes. Dia das mães eu tô indo lá, de manhã levo flores, no dia 30 né, agora. No dia 24, 23 de junho é aniversário dela [da mãe que está sepultada no cemitério], aí a agente vai lá, eu mando rezar missa e levo flores e vou fazer visita, e no dia 30 é aniversário de morte dela, vou de novo lá, aí quando eu vou visitar é lógico que eu estou visitando meu marido [que também está sepultado no cemitério], eu estou levando também e quando eu vou fazer visita dele estou fazendo visita para minha mãe. E no Natal eu vou, quando meu marido faz aniversário eu vou lá levar flores.

Dia de finados também?

Finados também. E fica lindo. O Parque das Flores fica lindíssimo de flores, muito bem organizado, fica lindo, lindo, lindo, lindo. Muito bonito a gente ter um lugar daquele, muito bonito, foi muito bem elaborado.

(Entrevista com Azálea, realizada em 11 de junho de 2008)



Fotografia 67: Filhas ornamentando com flores a sepultura de sua mãe, no Campo Santo Parque das Flores.

Esses rituais têm uma eficácia tranquilizadora, como lembra Thomas (1991, p. 137):

Es oportuno señalar que ante el vacío provocado por la desaparición de los ritos de cesación del duelo, algunas familias promueven hoy espontáneamente reuniones en ciertos aniversarios: se habla del desaparecido, se miran sus fotos, se escuchan sus discos preferidos, se cantan las melodías que le agradaban...; estas reuniones, en las que a veces de bebe y se come, contribuyen al sosiego de los parientes y amigos que participan en ellas. En efecto, no es en el momento de los funerales sino después de pasado un tiempo, que puede abarcar desde una semana hasta varios meses, cuando el rito pude intervenir para cumplir con eficacia su función tranquilizadora.

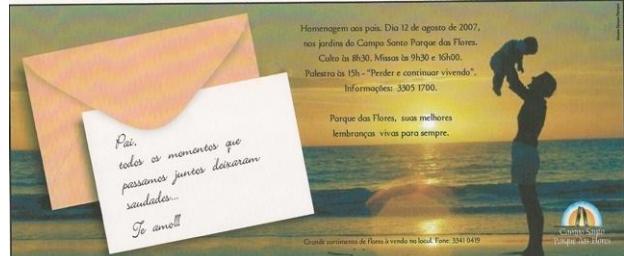
Sabendo dessa correlação existente entre vivos e mortos, as empresas do ramo funerário utilizam como uma das estratégias de *marketing* a oferta de experiências, ou seja, aliam a compra à oferta de atividades divertidas, como espetáculos ou eventos promocionais aos seus consumidores, são os chamados *shoppertainment* (KOTLER e ARMSTRONG, 2003, p. 06). O Grupo Parque das Flores, por exemplo, possui eventos comemorativos e encontros com os enlutados com a finalidade de promover uma integração entre as famílias e um convívio pós-morte. Todos os domingos há uma missa realizada às oito horas da manhã nas dependências do cemitério Parque das Flores. Nas datas comemorativas (Dia das Mães, Dia dos Pais, Dia das Crianças e Natal) a administração organiza eventos durante todo o dia no espaço cemiterial.

No Dia das Mães dos anos de 2005, 2006 e 2007 foram realizadas duas missas em homenagem as mães, uma às nove horas e trinta minutos e outra às dezesseis horas. No Dia dos Pais do ano de 2005 foram realizadas duas missas em homenagem aos pais, uma às nove horas e trinta minutos e outra às dezesseis horas e trinta minutos e no ano de 2006 houve uma programação com um culto evangélico às oito horas, uma missa às nove horas e trinta minutos, uma palestra com o tema “Compreendendo o luto” às quinze horas, uma missa às dezesseis horas e às dezessete horas e trinta minutos a apresentação de um concerto com o

Grupo de Câmara da Universidade Federal de Alagoas, além de um espaço infantil com atividades artísticas para as crianças. O Dia dos Pais do ano de 2007 teve apresentação de um culto evangélico às oito horas e trinta minutos, missas católicas às nove horas e trinta minutos e às dezesseis horas e uma palestra discutindo o tema “Perder e continuar vivendo”. No Natal do ano de 2006 houve missas católicas às nove horas e trinta minutos.



Fotografia 68: Folder do Campo Santo Parque das Flores em comemoração ao dia das mães do ano de 2005.



Fotografia 69: Folder do Campo Santo Parque das Flores, em comemoração ao dia dos pais do ano de 2007.



Fotografia 70: Folder do Campo Santo Parque das Flores em comemoração ao Natal do ano de 2006.

O Dia de Finados ou Dia dos Mortos (02 de novembro) é atualmente conhecido como o Dia da Saudade. A mudança da denominação visa perceber a comemoração não como um dia penoso ou doloroso, mas como um dia onde se comemora as lembranças dos que partiram. Ao sentimento de perda vai sendo acrescentado o sentimento de lembrança e de saudade. A implantação do Dia da Saudade no Campo Santo Parque das Flores tem como proposta “mudar o conceito do dia de finados”, substituindo “a dor da perda pelo clima de saudade e

nostalgia”¹⁰². Ao relatar sobre a proposta do Dia da Saudade, a atual Diretora do cemitério Parque das Flores disse que:

É. A gente tenta aliviar a dor... É, é um dia da saudade, só. O que a gente tenta fazer com que as pessoas cheguem aqui é que elas não sintam aquele peso, desespero. Venham aqui e sintam uma tranquilidade. Não sentir prazer, porque é difícil a pessoa sentir prazer em vir no cemitério, mas ela sente paz, pelo menos. Tranquila... Ou seja, aquela saudade com paz e não aquela dor de desespero, sabe? (Entrevista com Cláudia Melros, realizada em dia 05 de novembro de 2008).

A fixação de um dia para celebração das festas dos mortos ocorreu durante o ano de 1.030 quando o abade de Cluny, Odilon, determinou a celebração da festa dos mortos para o dia dois de novembro, dia seguinte à festa de todos os Santos, isso porque na Idade Média existiam várias datas destinadas aos defuntos: em Cluny, a festa dos mortos era comemorada do dia três de fevereiro ao dia seis de junho, em Chaise-Dieu o dia dos mortos era comemorado no dia quatorze de janeiro e os dominicanos festejavam seus mortos no dia quatro de fevereiro. De acordo com Schmitt (1999, p. 197) a transferência da festa dos mortos para o dia dois de novembro teve a seguinte justificava:

[Era no outono que os monges dispunham] de mais viveres para fazer face ao afluxo dos pobres ao mosteiro: ora, os pobres eram considerados como substitutos dos mortos e os alimentos materiais que lhes eram dados simbolizavam os “alimentos” espirituais, isto é os sufrágios que abreviavam as provações dos defuntos.

Até o século XVIII no dia de todos os santos e no dia dos mortos eram realizadas apenas preces de intercessão pelas almas do purgatório, após o século XIX essas datas começaram a implicar a presença física perante os túmulos, fazendo com que o culto aos túmulos estivesse relacionado à memória dos defuntos. Atualmente, o Dia dos Mortos, substituído pela ideia do Dia da Saudade, visa promover a visita aos túmulos homenageando os que se foram com a finalidade de proporcionar momentos de recordações. Com essa filosofia, o dia da saudade tem sido preenchido por momentos de lembrança nos cemitérios ajardinados.

No Campo Santo Parque das Flores o Dia da Saudade foi implantado no ano de 2000 através de uma programação especial que contou com a apresentação de corais, missas, cultos, orquestras, etc. Em 2001 houve apresentações de corais católicos, evangélicos e dos mórmons pela manhã, à tarde houve uma apresentação de um cantor acompanhado do Coral Prisma e às dezessete horas houve a celebração de uma missa pelo arcebispo de Maceió em

¹⁰² Entrevista da assessora de comunicação do Grupo Parque das Flores, concedida ao jornal *Gazeta de Alagoas*, no dia 03 de novembro de 2005.

intenção de todos os falecidos, contando com a entrada da imagem de Nossa Senhora de Fátima carregada pelos Arautos do Evangelho¹⁰³.

Em 2002 a programação se repetiu, mais contou com uma exposição artística. No ano de 2003 houve apresentações da orquestra da Igreja Batista, celebração de missa católica e apresentação de música instrumental durante o período da manhã; no período da tarde houve apresentação de um coral formado por crianças e por adultos da terceira idade, da Orquestra de Câmara da Universidade Federal de Alagoas, além disso, foi celebrada uma missa católica e a exibição de um filme sobre a vida de Jesus Cristo. Durante os anos de 2004 e 2005 o Dia da Saudade teve uma programação que contou com missas católicos, cultos evangélicos, corais e música, sendo que em 2005 houve a apresentação de um grupo teatral com atores realizando performance com danças e músicas.

No ano de 2006 e 2007 os eventos se iniciaram no dia primeiro de novembro e se estenderam até o dia três de novembro. No cemitério foi montado um espaço artístico com exposição de artesanato, pinturas, telas e imagens sacras, além de um espaço infantil com atividades recreativas para as crianças. Houve apresentações de culto evangélico, missas católicas, músicas instrumentais, coral e orquestra da Universidade Federal de Alagoas, sendo que o ápice do Dia da Saudade ocorreu com uma missa realizada às dezesseis horas e tinta minutos pelo Arcebispo de Maceió com a apresentação da imagem peregrina de Nossa Senhora de Fátima carregada pelos Arautos do Evangelho, que foi coroada, no final da missa, pelo Arcebispo.

O Dia da Saudade no Campo Santo Parque das Flores é amplamente divulgado pela imprensa alagoana. Em 2001 estimava-se que quarenta mil pessoas visitassem o local, conforme anúncio no jornal *Gazeta de Alagoas* do dia 03 de novembro de 2001:

Multidão vai ao Parque das Flores lembrar seus mortos

Direção do único cemitério particular de Maceió estima em 40 mil número de visitantes.

Uma multidão estimada em 40 mil pessoas visitou, ontem, o cemitério Parque das Flores. O ambiente foi de saudosismo: muita gente contrita e com lágrimas nos olhos. Um dos momentos de maior emoção ocorreu durante a apresentação de corais contratados pela direção do cemitério.

Corais de comunidades católicas, evangélicas e dos Mórmons emocionaram os visitantes durante todo o dia de ontem. À tarde o cantor Didha Lyra, com José

¹⁰³ Os Arautos do Evangelho é uma associação internacional de fiéis de direito pontifício, foi a primeira associação a ser erigida pela Santa Sé no terceiro milênio, o que ocorreu por ocasião da festa litúrgica da Catedral de São Pedro (22 de fevereiro) em 2001. Composta predominantemente por jovens, esta associação está presente em cinquenta e sete países. Seus membros praticam o celibato, e dedicam-se integralmente ao apostolado, vivendo em casas destinadas especificamente para rapazes ou para moças, os quais alternam a vida de recolhimento, estudo e oração com atividades de evangelização nas dioceses e paróquias, dando especial ênfase à formação da juventude. Os Arautos têm sua espiritualidade alicerçada em três pontos essenciais: Eucaristia, Maria e o Papa. Esses pontos estão representados em destaque no brasão que os distingue.

Ducarmo no teclado, o maestro Gustavo e o Coral Prisma proporcionaram momentos de muita emoção no cemitério.

Por volta das 17 horas houve a entrada solene da imagem de Nossa Senhora de Fátima com os Arautos do Evangelho. O arcebispo de Maceió, Edvaldo Amaral, celebrou missa na intenção de todos os falecidos (*Gazeta de Alagoas*, 03 nov. 2001 Geral, p. A06).



Fotografia 71: Stand com exposição de quadros e imagens sacras no dia da saudade de 2006 do Campo Santo Parque das Flores.



Fotografia 72: Espaço recreativo infantil no dia da saudade de 2006 do Campo Santo Parque das Flores.



Fotografia 73: Apresentação do Coral da Universidade Federal de Alagoas no dia da saudade de 2006 do Campo Santo Parque das Flores.



Fotografia 74: Stand de vendas de jazigos e do plano assistencial funeral Previparq no dia da saudade de 2008 do Campo Santo Parque das Flores.



Fotografia 75: Missa com o Arcebispo de Maceió no dia da saudade de 2006 do Campo Santo Parque das Flores.



Fotografia 76: Apresentação dos Arautos do Evangelho e da imagem peregrina de Nossa Senhora de Fátima no dia da saudade de 2006 do Campo Santo Parque das Flores.

No dia da saudade do ano de 2002 mais de sessenta mil pessoas visitaram jazigos no Campo Santo Parque das Flores. No ano de 2005 o jornal *Gazeta de Alagoas* do dia 03 de novembro destacava a programação cultural do cemitério. Nos anos de 2006 e 2007 estimava-se que mais de vinte mil pessoas visitassem as sepulturas do cemitério Parque das Flores. No ano de 2007 o jornal *Gazeta de Alagoas* exibiu uma matéria sobre os eventos organizados pela direção do cemitério e divulgou a programação cultural do cemitério:

Homenagem com música e exposições

CAMPO SANTO PARQUE DAS FLORES, NO TABULEIRO, RECEBE DENTRO DA PROGRAMAÇÃO DO DIA DA SAUDADE CERCA DE 25 MIL VISITANTES

Show, exposições de arte e apresentações de coral. A programação montada pelo Campo Santo Parque das Flores serviu como bálsamo e ajudou a amenizar a dor da saudade de muitas famílias que foram prestar homenagens a entes queridos, ontem, no Dia de Finados. O “Dia da Saudade”, como foi “batizado”, acontece desde 2002 e a cada ano o número de pessoas que comparece ao local vem crescendo.

“Além das pessoas que vêm visitar familiares e amigos que estão sepultados aqui, muita gente comparece apenas para acompanhar a nossa programação” diz a assessora de comunicação do Parque das Flores, Mylene Leite. Até o fim da tarde de hoje, quando a programação será encerrada, cerca de 25 mil pessoas devem transitar pelas agradáveis alamedas do tradicional cemitério maceioense.

Em uma tenda montada, artistas plásticos expunham seus trabalhos. O pintor Luis Campos, natural de Arapiraca, mas radicado em Maceió desde os 8 anos de idade, adaptou os temas de suas telas para a exposição no dia dos mortos.

“No hotel onde trabalho, faço retratos dos hóspedes, mas hoje o tema é diferente”, diz ele, enquanto dá os últimos retoques em uma tela que acabara de conceber. “Aqui os quadros têm que ficar prontos em pouco tempo, não podemos perder tempo com acabamento”, diz ele.

O escultor João de Paula, natural de Pernambuco, era outro que produzia suas peças no local. “É a primeira vez que estou expondo em um Dia de Finados. Acho muito importante essa iniciativa da administração do cemitério, é mais um espaço para nós artistas mostrarmos nosso trabalho”, disse João de Paula.

Mais adiante, enquanto orava sob o túmulo da mãe, o católico e aposentado Oswaldo Ramos se agradava da música do coral evangélico, que se apresentava a poucos metros de onde ele estava.

“Realmente todas as atividades que estão sendo realizadas trazem um clima muito agradável para quem está visitando o cemitério”, disse Oswaldo.

EMOÇÃO

Para outras pessoas, a música só fazia aumentar a emoção, e as lágrimas se tornavam inevitáveis. Mesmo depois de 30 anos da morte do pai, a emoção da aposentada Elsa Maria Soriano é a mesma ao visitar o túmulo onde, além dele, sua mãe também está sepultada.

“Eu sinto muita falta dele ainda. Fico aqui ouvindo essa música e lembrando o quanto fui feliz ao seu lado. Todos os anos faço a mesma coisa. Amanhã (hoje), ele completaria 100 anos de idade”, diz, emocionada e sem conseguir conter o choro.

A programação será encerrada hoje, com a apresentação do Grupo de Dança Cláudio Souza, às 15 h, e uma missa, que será celebrada a partir das 16h (*Gazeta de Alagoas*, 03 nov. 2007, p. A13).

A finalidade do Dia da Saudade ainda é o culto aos mortos e às sepulturas, entretanto, a diferença do Dia de Finados para o Dia da Saudade encontra-se no comportamento fúnebre adotado pelos que visitam os túmulos nos cemitérios. É possível verificar uma atmosfera comemorativa e um clima de nostalgia entre os visitantes que trazem cadeiras ou sentam na grama para conversar, chorar e se alimentar.



Fotografia 77: Pessoas visitando jazigo no Parque das Flores no dia da saudade de 2007.



Fotografia 78: Pessoas visitando jazigo no Parque das Flores no dia da saudade de 2007.

Essa ideia de um dia dedicado não ao choro e aos lamentos, mas a saudade e a lembrança é reforçada pela estética dos cemitérios ajardinados-parques que permite uma maior integração dos enlutados no espaço cemiterial, retirando o aspecto fúnebre existente nos cemitérios monumentais, conforme destaca uma das clientes que possui jazigo no Parque das Flores onde sua mãe encontra-se sepultada:

Domingo eu vou pra lá. Nos últimos dez anos eu vou lá, no dia das mães e vou também no aniversário dela, muitas datas assim. Mas eu vou mais porque, por visitar mesmo, quando eu vou lá às vezes eu lembro de tudo que se passou, mas ela não está ali, mas foi o último contato que eu tive com ela, onde deixamos ela ali, foi ali, entendeu? Então, se fosse em outro cemitério eu não iria, porque, primeiro em

outro cemitério não tem missa, não tem culto, não tem essas coisas, mesmo que tenha eu não iria, porque justamente por aquela imagem que tem. Finados por exemplo, quando a gente ia pra outro cemitério que tinha parentes em outros cemitérios, eu achava aquilo ali como se fosse um culto a nada, porque o que a pessoa faz nesses cemitérios, que não são feito o Parque, é justamente isso, eles vão lá, acendem uma vela e vão embora, só que lá no Parque você pode ficar, não é uma coisa tão desagradável de se olhar, você, por mais que tenha o nome, foto e data que tem, você só olha se você quiser, se olhar pra baixo, entendeu? E lá não, no outro são aquelas coisas, parece um templo, eu não iria, como eu ia quando eu era pequena porque me levavam, ia, mas que eu gostava, eu não gostava não.

(Entrevista com Hortêncio, realizada em 10 de junho de 2008)



Fotografia 79: Pessoas visitando jazigo no Campo Santo Parque das Flores no dia da saudade de 2007.



Fotografia 80: Pessoas visitando jazigo no Campo Santo Parque das Flores no dia da saudade de 2008.



Fotografia 81: Pessoas ornementando jazigos no dia da saudade do ano de 2006.



Fotografia 82: Pessoas ornementando jazigos no dia da saudade do ano de 2006.

No dia da saudade é comum os familiares enlutados ornementarem os jazigos dos seus entes com flores de forma a personalizar, diferenciar e identificar seus mortos.



Fotografias 83 a 86: Jazigos ornamentados no dia da saudade do Campo Santo Parque das Flores.

Consumir

**Todo lo que está sujeto a la ley del tiempo está condenado a morir y desaparecer;
 todo ser viviente está destinado ineluctablemente
 desde su nacimiento a dejar de existir en un futuro incierto
 pero probablemente programado.**
Reflexionar sobre la muerte es enfrentarse con la certeza primordial.
(Louis Vicent Thomas)

O ato de produzir e consumir bens é algo existente em todas as culturas. Em todas as sociedades os indivíduos consomem para se reproduzirem socialmente, para se diferenciarem ou para atribuírem *status* ou pertencimento. Ocorre que, entre as sociedades ditas “primitivas” ou “frias” e as sociedades ditas “complexas” ou “quentes” há uma diferença no ato e no sentido do consumo, conforme aponta Gomes e Barbosa (2004, p. 16):

Uma das diferenças relativas ao consumo e a manipulação de objetos entre as chamadas sociedades primitivas ou tradicionais e as sociedades complexas e individualistas não está na ausência ou mesmo na pouca intensidade do materialismo, mas no fato de naquelas o consumo e a relação com a cultura material serem, em grande parte, presididos e, portanto, controlados, pelos rituais coletivos. Nas sociedades modernas e individualistas contemporâneas, o consumo e a relação com a cultura material, embora continuem sendo objetos de ritualizações, passaram a ser, em grande medida, um fato da vida privada e uma decisão individual.

Na complexa sociedade ocidental o consumo é uma atividade individual, mas que não flutua em um vácuo cultural, pois os bens servem como “pontes para o significado deslocado¹⁰⁴, tanto para os indivíduos quanto para os grupos. Constituem um dos mecanismos usados para ajudar na retomada destes significados” (McCRACKEN, 2003, p.141). Mas, uma vez adquiridos os bens, os significados deslocados são colocados à prova empírica deixando de estar plenamente deslocado, visto que já foi adquirido. E, mais uma vez, outros significados vão ser deslocados e outros objetos que não foram possuídos irão servir de ponte para os ideais irrealizáveis. É assim que a nossa sociedade se depara com a insaciabilidade para com novos produtos (CAMPBELL, 2004, p. 64).

Na sociedade contemporânea o consumo de bens está preenchendo uma função acima e além da satisfação das necessidades materiais e da reprodução social. Nesse sentido, a produção e o consumo de bens e serviços têm sido percebidos como algo maior e diferente de uma lógica prática de eficiência material, ou seja, o consumo e a produção de bens e serviços são intenções culturais (SAHLINS, 2003a). São os arranjos culturais que oferecem

¹⁰⁴ McCracken (2003) chama de significado deslocado todo o segmento cultural que foi removido da vida cotidiana e recolocado em um domínio cultural distante no tempo ou no espaço, passando a serem vistos como realidades impraticáveis.

significações para a produção e o consumo de determinados tipos de produtos e serviços. McCracken (2003, p. 11) ao discutir a relação entre cultura e consumo afirma que o consumo possui um caráter completamente cultural:

A cultura é profundamente ligada ao e dependente do consumo. Sem os bens de consumo, as sociedades modernas desenvolvidas perderiam instrumentos-chave para a reprodução, representação e manipulação de suas culturas. [...] O significado dos bens de consumo e a criação de significado levada a efeito pelos processos de consumo são partes importantes da estruturação de nossa realidade atual. Sem os bens de consumo, certos atos de definição do *self* e de definição coletiva seriam impossíveis nessa cultura (grifo do autor).

O consumo é um sistema de significação na medida em que supre uma necessidade simbólica. E essa significação é cultural, pública e compartilhada por todos, isto porque a cultura é pública e o seu significado também o é (GEERTZ, 1989). Então o consumo é um código onde:

São traduzidas muitas das nossas relações sociais. Ainda mais: este código, ao traduzir relações sociais, permite classificar coisas e pessoas, produtos e serviços, indivíduos e grupos. Consumir é exercitar um sistema de classificação do mundo que nos cerca a partir de si mesmo e, assim, como é próprio dos códigos, pode ser inclusivo (DOUGLAS e ISHERWOOD, 2004, p 16).

Na atualidade o consumo opera a partir do individualismo nas opções de compra, da liberdade de escolha e da autonomia. Apesar de serem os indivíduos que consomem os bens, a prática de consumo é social, pois é mediada pelas intenções culturais. Com isso a oferta e o consumo dos produtos e serviços fúnebres não surgem a partir de uma razão prática ou simplesmente utilitária, eles surgem dentro de uma lógica simbólica que organiza a demanda, já que “nenhum objeto, nenhuma coisa é ou tem movimento na sociedade humana, exceto pela significação que os homens lhe atribuem” (SAHLINS 2003a, p.170).

Bourdieu (2006, p. 163) observou que “na produção dos bens simbólicos, as instituições aparentemente encarregadas de sua circulação fazem parte integrante do aparelho de produção que deve produzir não só o produto, mas a crença no valor do produto”. Então o trabalho de venda de um produto não é nada sem o trabalho de produção do valor do produto e do interesse pelo produto. Portanto, é no domínio da cultura que compreendemos as razões que levam as pessoas a consumirem produtos e serviços fúnebres, os significados e a importância desse consumo e em que medida ele funciona como uma janela para entendimento dos múltiplos aspectos sociais e culturais da sociedade contemporânea.

7.1. Perfil dos consumidores fúnebres

Nos Estados Unidos o crescimento do consumo de produtos e serviços fúnebres, inclusive o aumento do consumo personalizado e preventivo está creditado ao envelhecimento dos *baby boomers*. Denomina-se *baby boomers* a geração norte-americana nascida entre as décadas de 1946 a 1964, quando houve um *boom* de natalidade no pós-Segunda Guerra Mundial. Os *baby boomers* estão divididos em dois grupos distintos: os que nasceram entre 1946 a 1954 (geralmente chamados de Primeiros *Boomers*) e os nascidos entre 1955 a 1964 (frequentemente chamados de *Boomers* Posteriores ou Geração Jones).

Culturalmente os *baby boomers* foram a primeira geração que cresceu unida pelo fenômeno televisivo e compartilhando eventos culturais com todas as pessoas de seu grupo de idade, independentemente de onde elas estavam. Outra característica dos *baby boomers* é o poder de confiança em si mesmos, eles são conhecidos como a geração eu. A principal característica dos *boomers* é que compreendem uma geração de consumidores, o que fez com que todo um mercado de produtos e serviços seja organizado para atendê-los, sendo hoje o maior público almejado pelos publicitários.

Mas a atual realidade é que os *boomers* estão envelhecendo. É uma geração com mais de sessenta anos de idade. Estima-se que no ano de 2025 haverá sessenta e quatro milhões de *baby boomers* com idade entre sessenta e um e setenta e nove anos. É a geração que tem deixado de ser a geração do fervor da juventude para ser a geração da dor nas costas e, à medida que vão envelhecendo, criam um mercado totalmente voltado para atendê-los (KOTLER e ARMSTRONG, 2003, p. 67). Essa situação impulsiona o crescimento da indústria de serviços, incluindo as empresas de cuidado com saúde, de cemitérios e de produtos e serviços fúnebres.

Os *boomers* passaram a vida comendo alimentos saudáveis, praticando exercícios e basicamente se recusando a envelhecer. Agarrado a esse conceito de juventude, evitam falar e pensar sobre a morte. Por isso a indústria fúnebre passou a ser organizada para receber essa geração de consumidores, incentivando-os a planejarem preventivamente seus funerais.

Mas tanto a produção quanto o consumo de produtos e serviços fúnebres não é algo exclusivo da sociedade norte-americana, pois “a cultura de consumo contemporânea é de fato produzida por todo o mundo” (MILLIER, 2004, p.35).

No Brasil os consumidores fúnebres são divididos em imediatos e preventivos. Os imediatos são aqueles que consomem produtos e serviços no momento em que ocorre um

óbito e os preventivos são aqueles que adquirem produtos e serviços preventivamente, ou seja, sem a necessidade de fazer uso imediatamente. Os consumidores preventivos dividem-se em dois tipos: os usuários, que adquiriram os produtos e serviços preventivamente e já fizeram uso; e os não-usuários, que ainda não fizeram uso dos produtos e serviços adquiridos preventivamente.

Normalmente os consumidores fúnebres que adquirem produtos e serviços preventivamente o fazem por já terem passado por (ou tiveram conhecimento de) alguma experiência anterior, realizaram a compra no valor imediato, o que, na maioria das vezes, chega a ser de cinco a quarenta por cento mais caro, conforme relato de uma Executiva de Vendas de jazigos e planos assistenciais preventivos do Grupo Parque das Flores:

Geralmente a pessoa quando vem aqui [no cemitério] é porque viu acontecer com alguém. Quem vem até o Parque procurar é porque morreu um vizinho, é porque viu que o vizinho não tinha, por exemplo, e teve que chegar aqui no uso imediato e teve que dar oito mil numa área. Entendeu? Aí aquela pessoa só vem quando vê acontecer ou então quando tem alguém já que vê que está entre a vida e a morte e sabe como aqui funciona, aí corre e vem pro Parque, vem comprar, porque passou por algumas coisas.

(Entrevista com Angélica, realizada em 06 de março de 2008)

Os consumidores fúnebres clientes do Grupo Parque das Flores que consomem jazigos no cemitério Parque das Flores e/ou plano assistencial funerário na forma preventiva são os que possuem renda familiar mensal de R\$ 980,00 até/acima de R\$ 7.794, moram em residências próprias e o grau de instrução varia de ensino médio completo a superior completo¹⁰⁵. Mesmo que não haja distinção social durante a oferta, alguns produtos e serviços fúnebres só estão acessíveis para os que possuem condições financeiras para adquiri-los:

Como é seu público, tem um perfil, classe, idade?

Não. Eu já vendi a um cliente mais novo do que eu, ele comprou para prevenção porque viu a propaganda, viu a situação que a tia dele passou que vieram comprar aqui de caráter imediato, foi muito caro e viu a propaganda e me ligou e disse: “Olha, eu tô indo aí”. Aí veio aqui. Mais novo do que eu, ele tinha vinte e dois anos, um poder aquisitivo legal e veio aqui e disse: “Olha posso passar um cheque? Vou fazer em meu nome, posso?” Eu disse: “Pode”. Não existe o público alvo relacionado a idade ou a classe econômica. Não existe. É como eu disse, o trabalho tanto corpo a corpo, quanto o trabalho de listagem, a gente vai pegar uma casa de sonho, de cinema e uma casa com um vão só, a gente vai pegar apartamento muito chique e um que por exemplo comprou aquele terreno há tantos anos atrás e anda de bicicleta, um cara que tem uma Pajero e um cara que tem uma brasiliazinha velha. O público alvo eu acredito, eu pelo menos não tenho, eu tenho cliente de sessenta, setenta, oitenta, quarenta, cliente de vinte e tantos anos, cliente da minha idade. O público alvo, classe média, classe alta, o pessoal de idade superior a cinquenta, inferior a cinquenta, não, eu acredito até que não exista. Mas o público alvo não existe, mas o trabalho em si é destinado pra todos.

¹⁰⁵ Estimativa baseada no Critério de Classificação Econômica do Brasil (CCEB), da Associação Brasileira de Empresas de Pesquisa (ABEP), que estima o poder de compra das pessoas e famílias urbanas abandonando a pretensão de classificar a população em termos de classes sociais e se baseia no critério da divisão de mercado definida exclusivamente a partir do critério de classes econômicas.

Aconteceu um caso interessante comigo até falei uma vez aqui, a gente tava com uma campanha chamada de trans-dignidade, que acontece todo fevereiro, que é a remoção de restos mortais pra cá, certo? Então o que é que acontece? Eu recebi uma ligação no meu plantão, e essa pessoa disse: "Olha, eu quero comprar um terreno que eu quero transferir minha filha e ela só vai completar três anos daqui a dois anos. Posso comprar?". Aí eu disse: "Pode" e eu expliquei o plano a ela, como é que procedia, aí ela disse: "Dá pra você vir na minha casa?" Aí eu disse "Dá". O endereço dela: "É aqui no Jacintinho". Eu disse: "Tudo bem, eu vou". Eu cheguei lá, pelo endereço que ela me deu, eu cheguei na porta eu tive pena, eu pensei em voltar, eu disse: "Rapaz essa mulher não vai comprar não, essa mulher me botou pra andar, ela confundiu com o PréVida que é quinze reais só, essa mulher vai voltar". Aí eu olhei assim e disse: "Não, mas peraí eu tô fazendo meu trabalho, eu vou fazer meu trabalho". Bati na porta e entrei. Na casa da mulher, o sofá dela tinha um buraco, coberto com um pano o buraco, aí ela disse: "Quanto é moço?". Eu disse: "Olha a entrada é isso e a senhora vai.." Ela disse: "Tá certo e o que é que precisa?", eu disse: "Identidade e CPF". Eu pensei: "Essa mulher tá de brincadeira comigo". Porque a entrada era um pouco mais alta, a gente até dividia, mas nessa campanha era um pouco mais alta, não era só cento e vinte e cinco, tinha entrada até de dois mil reais. Aí ela: "tá certo meu filho, pode preencher". Eu preenchendo e dando massada, até pra ver. Eu disse: "Meu Deus do céu, essa mulher não vai comprar, ela tá brincando". Mas ela mandou, eu deixei. Ela veio com o dinheiro contado, de um real, de dez, de cinco, de cinquenta, contado. O dinheiro correto, nem faltando, nem passando e num sistema de fidelidade que a gente tem aqui ela foi a minha cliente mais fiel que eu já tive em todos os tempos, mais fiel.

(Entrevista com Narciso, realizada em 06 de abril de 2008)

Apesar de os produtos e serviços fúnebres estarem disponíveis para todo o público que deseja consumi-lo, já que o consumo é uma escolha individual e autônoma, eles não estão acessíveis para todos, pois são produtos e serviços caros:

Quem é o teu público, perfil, classe social, idade?

A gente atende tudo. Todos. As demais classes sociais, idade, também depende muito, velho, novo, depende. Todo mundo compra, as pessoas mais idosas, as pessoas mais jovens também compram, depende muito, cada caso é um caso. Agora os que compram mais são as pessoas idosas e a classe, é a classe social mesmo alta e a gente trabalha geralmente com a classe A, A e B, onde existe mais condições de ter um jazigo com a gente. A classe C eles tem vontade mais não tem condições de fazer, o salário não dá pra ele ter uma área aqui no Parque das Flores.

(Entrevista com Angélica, realizada em 06 de março de 2008)

O que é que você acha que motiva uma compra?

É o cliente está com dinheiro. Eu sou muito consciente disso, porque você tentar empurrar uma coisa para uma pessoa que não está realmente em condições. Então aquele cliente ele vai ser um cliente inadimplente mais para frente, entendeu? Então o importante é a gente saber como a gente faz um trabalho, tem muita gente que tem interesse mais não pode comprar né? E a gente faz um trabalho, a gente direciona este trabalho para as pessoas que tenham um poder realmente aquisitivo vamos dizer que bom. A gente tem que ter isso também, porque não adianta eu ir pegar uma classe que eu sei que as pessoas ali com dificuldade não têm como comprar, então vai ser um trabalho que eu vou fazer, no futuro quem sabe, mas um trabalho que eu vou ter muito problema, eu vou ter problema de retorno rápido, que a gente realmente tem um retorno rápido que a gente vive disso, a gente vive disso, de vendas. Mas a gente tenta direcionar esse trabalho para as pessoas que tenham um poder aquisitivo bom. O que motiva eu acho que é além do trabalho que a gente faz de conscientização, é o serviço que a empresa oferece, o serviço que a empresa oferece ele também conta.

(Entrevista com Rosa, realizada em 27 de abril de 2008)

Apesar de o consumo fúnebre preventivo ser hoje uma realidade, o tempo para efetivar uma compra varia em função de o produto ser considerado como um produto não procurado¹⁰⁶. O que os consumidores fúnebres procuram são produtos e serviços personalizados e variados e os fatores que motivam a compra são os mais diversos. Na pesquisa realizada entre os consumidores de produtos e serviços fúnebres clientes do Grupo Parque das Flores foram identificados alguns motivos que influenciam a aquisição: a praticidade e comodidade atrelada aos atuais serviços funerários, o receio de ser sepultado em uma cova rasa nos cemitérios públicos, a ineficiência da gestão da morte pelo serviço público e o desejo de oferecer as últimas cerimônias à pessoa morta como forma de retribuição por todas as suas realizações em vida.

A prevenção e o gerenciamento da morte, que antes era realizada através dos testamentos, se tornaram uma realidade através da aquisição dos serviços preventivos dos planos assistenciais funerários. Houve uma reavaliação funcional e simbólica dos ritos e das cerimônias fúnebres, percebida também pela ideia de praticidade embutida na lógica de que as empresas do ramo funerário – os Grupos – cuidarão de todo o funeral.

Os consumidores preventivos não usuários de planos assistenciais funerários e jazigos destacam a praticidade e a comodidade financeira como principais motivos que levaram a consumir produtos e serviços fúnebres. A consumidora Margarida adquiriu seu jazigo no cemitério Parque das Flores parcelado em quarenta e oito meses a partir do momento em que presenciou o sepultamento de uma pessoa conhecida, cuja família, não tendo onde sepultá-la, pediu emprestado o jazigo de um parente. Margarida diz que quando viu essa situação se apavorou e decidiu comprar o jazigo, além disso, a comodidade financeira foi outro fator que contribuiu para a aquisição:

Depois disso eu pensei: “É melhor que eu já compre e vá pagando devagar”. Porque normalmente a gente espera que os pais morram primeiro, aí eu preferi facilitar a vida dos meus filhos, comprando isso eles não teriam essa preocupação porque é caro, e aí eles podem estar ou não com uma reserva financeira que vá facilitar esse momento, porque é um momento de perda que eles vão estar desorientados e teriam que desprender algum dinheiro e eu não sei se eles estariam preparados, então eu pensei em facilitar, em comprar, eu vou pagando vagarosamente e aí quando eu terminar de pagar pode ser que já esteja usado, pode ser que não. No meu pensamento era pra meu uso e de meu marido inicialmente, mas hoje eu já penso que qualquer um dos quatro, porque somos quatro, tem eu, meu marido e meus dois filhos, qualquer um pode ir primeiro. Eu perdi um sobrinho recentemente e veio ainda mais reforçar essa tese de que ninguém sabe quando vai morrer. Eu comprei pensando nos mais velhos, na família tem os pais, eu pensei que os pais vão morrer primeiro e os filhos vão ficar meio desorientados, até pela inexperiência da vida, pela situação financeira que eu não poderia garantir que eles pudessem, e aí eu pensei vou comprar pra isso.

¹⁰⁶ A noção de que os produtos e serviços fúnebres serem considerados como produtos não procurados foi discutida no capítulo 4.2., intitulado: “Produtos não procurados”.

Eu tô prevenida, hoje eu já posso dizer assim: "Eu já posso morrer" porque meus filhos estão estudando, não tem ainda situação financeira boa e se acontecer de eu morrer hoje eles já não tem tantos problemas financeiros. Eu aproveitei que havia espaço financeiro meu pra parcelar, dava no meu orçamento. O principal motivo foi financeiro mesmo. Muita gente tem problemas hoje financeiros pra vida de hoje, poucos tem como se prevenir para o futuro e muitos dizem assim: "Quando eu morrer cada um que se vire pra me enterrar". Então eu acho que você com isso fica criando um problema pra outras pessoas, se você pode resolver agora, que resolva agora, é uma coisa a menos pra pessoa tá preocupado quando acontecer, é uma correria a menos.

(Entrevista com Margarida, realizada em 16 de julho de 2008)

Os consumidores fúnebres preventivos e já usuários também destacam a praticidade e comodidade financeira como um dos motivos para aquisição dos produtos e serviços fúnebres do Grupo Parque das Flores. Uma cliente que adquiriu uma concessão de jazigo no cemitério Parque das Flores no ano de 2001, em 2005 se associou ao Plano Previparq das Flores tipo Rubi e fez uso dos serviços e dos produtos quando do falecimento de seu esposo no ano de 2006, explica que adquiriu o jazigo para não dar trabalho, nem despesas financeiras para ninguém:

Como foi que a senhora comprou?

Eu vi, me interessei, gostei e fiz. Depois usei pra meu marido e fui muito bem atendida, muito bom, eu aconselho todo mundo a fazer. Digo a muita gente: "Faça o Previparq porque é válido, muito bom". Porque muita gente diz: "Eu não! Vou me preparar pra morrer?". Eu digo: "Já estou preparando pra não dar trabalho a ninguém". Eu tenho para onde ir, tenho o meu terreno, agora só pode ser lá depois de três anos, porque meu marido está com sete meses que se foi e minha mãe vai fazer dois anos, minha mãe tá em baixo e ele tá em cima e lá só são duas gavetas. Eu digo eu comprei, digo: "Olha meu terreno. Quando eu passo lá eu digo: "Olha o terreno. Eu tenho um terreno aqui". Então eu comprei meu terreno. Tenho certeza que eu tenho um lugar pra eu ir, tá tranquila, sem depender de ninguém. E agora pra completar o Previparq, muito embora que eu tenho meu ordenado, meu dinheiro, a minha repartição dá, dá um mês de ordenado. Mas eu não quero dar despesa a ninguém dos meus filhos. Eu tenho. Graças a Deus, obrigada senhor, ralei um bocado na minha vida pra eu conseguir, mas eu tenho. Eu comprei pra não dar trabalho pra ninguém. Eu sei aonde eu vou, ninguém fica preocupado, ninguém vai depender porque sabe que eu tenho a minha pensão e não tem problema. É uma coisa que eu quis tá bem, num lugar bem, e eu achei ali bonito, eu quero ficar num lugar bonito.

(Entrevista com Azálea, realizada em 11 de junho de 2008)

Íris, outra consumidora usuária que adquiriu jazigo e plano assistencial funerário Previparq das Flores e utilizou quando da morte de seu pai, explica que a praticidade foi um dos motivos que a fez adquirir o serviço:

E o plano você comprou por qual motivo?

O plano funeral?

É?

Foi pra me tranquilizar mais na hora né, não ficar tão aperriada, porque se eu fosse providenciar tudo aquilo, caixão, flores, tudo, provavelmente ia sair muito mais caro porque eu não ia buscar o mais barato, não ia ter condições de fazer isso, nem ia ficar ligando pra um e pra outro, porque eu não ia ter tempo e no dia que ele [o pai] faleceu eu tive tempo de ligar, tive um intervalo que foi o tempo que o rapaz do

Previparq deixou a gente em casa enquanto o IML abria né, enquanto amanhecia, aí deu tempo de eu ligar pra pessoas, mesmo de madrugada eu ligava pra pessoas mais próximas avisando que ele tinha falecido, porque a minha mãe ela não ligava pra ninguém, ela só fazia chorar. Eu gostei disso. Já pensou se eu não tivesse o plano? Eu tinha que correr pra um lado e pro outro pra comprar tudo. Eu nunca passei por isso não, mas deve ser um transtorno você ligar pro cemitério e o cemitério dizer: “Não tem vaga não”. Sei lá acho que eles devem dizer isso quando a pessoa não compra com antecedência. Eu nunca passei por isso mais eu acho que deve ser assim.

(Entrevista com Íris, realizada em 02 de junho de 2008)

Simbolicamente o ato de ter uma sepultura em jazigo perpétuo representa o medo do sepultamento em covas rasas. Esse temor já era percebido na Europa desde o século XIX quando da extinção das sepulturas *ad sanctos* e do surgimento dos primeiros cemitérios públicos, conforme observou Motta (2008, p. 32):

Eram as fossas ou valas comuns os locais mais temidos pela população pobres ou classes laboriosas das cidades. Deste modo, não surpreende que o fantasma da morte biológica, em seu último estágio, aumentasse ainda mais o pavor individual diante da irremediável situação de alguém se ver jogado num verdadeiro poço. Obrigado a compartilhar a decomposição de seu próprio corpo com o do anônimo vizinho, igualmente em processo de putrefação. Ao fim e ao cabo, tudo isso resultava na profusão de substâncias líquidas, emaranhados de ossos humanos em meio aos quais se perdiam completamente os vestígios do morto e, como tais, os traços de sua pretensa identidade.

O ato de possuir uma concessão de jazigo em cemitérios privados, por exemplo, está relacionado com a preocupação da sociedade com o destino do corpo. Mauss (2003) demonstrou que em relação às técnicas do corpo, cada sociedade tem seus hábitos próprios e que até os movimentos corporais que consideramos como naturais e hereditários são, na verdade, da ordem da significação social e cultural. É a apropriação social e cultural do corpo, conforme revelou Rodrigues (2006a, p. 48-49), e, nesse sentido, é a cultura que dita normas em relação ao corpo, então, os comportamentos individuais em relação ao corpo está subordinado aos códigos sociais e culturais.

Portanto, uma das características que motiva o consumo de produtos e serviços fúnebres está relacionada ao receio de que o corpo morto seja sepultado covas rasas ou mesmo ao temor de que o corpo morto não possa sequer ser identificado, lembrado ou cuidado. Ferreira (2007) em uma pesquisa sobre os corpos não identificados do Instituto Médico Legal do Rio de Janeiro observou que os corpos sem identificação são sempre tratados como cadáveres não identificados, uma categoria que não se resume apenas pela ausência de um nome próprio passível de registro e certificação, mas que significa uma ausência de identidade.

Foi a partir do receio de ver o cadáver do pai sem identificação que Íris, relatou um protesto contra a administração do cemitério Parque das Flores:

Agora uma reclamação. Meu pai morreu no dia três de março e eu esperando que a lápide fosse colocada em cima do jazigo na mesma hora. Aquela documentação que a gente assina autorizando enterrar a pessoa, eu pensei que a partir daquilo ali você já fazia a lápide e não foi assim. Ninguém me contou que tinha que anotar um documento lá com o nome que quer que tenha na lápide. Não me disseram isso. Aí eu esperando o Previparq, eu pensei: "Eu acho que ta fazendo ainda". Uma semana depois nada da lápide aparecer, nisso, a outra filha do primeiro casamento do meu pai foi lá, no segundo mês do falecimento dele e nada da lápide, deu três meses, aí eu fui lá, aí eu disse: "O que foi que aconteceu?" Quando um funcionário foi buscar a lápide disse: "É porque ninguém assinou o documento que era pra fazer a lápide". Eu disse: "Eu não acredito". Juro pra você, três meses meu pai como indigente, o jazigo só mesmo fechado com a grama e não tinha placa nenhuma de identificação. É impressionante uma coisa dessa, três meses. Aí eu disse: "Vocês tem o número do terreno da gente, tem o nosso cadastro, telefone, porque vocês não ligaram pra gente pra perguntar se tinha algum problema? Porque a gente não tinha ido lá já que tinha três meses?", aí eles responderam: "Ah! Olhe é bom você ligar, deixa uma reclamação. Quer fazer o preenchimento da sugestão, reclamação". Eu disse: "Não precisa, eu já estou dizendo a você".

(Entrevista com Íris, realizada em 02 de junho de 2008)

Os corpos não identificados são vulgarmente chamados de indigentes, sugerindo pessoas destituídas de identidade e como figuras desprovidas de laços sociais (FERREIRA, 2007). Em Maceió o único cemitério destinado a enterrar mortos sem identificação é o Divina Pastora, localizado em Rio Novo, que recebe cerca de setecentos a mil enterros por ano. Ao invés das cruzes ou lápides, os túmulos são marcados por pedaços de paus encravados na terra. Os corpos são sepultados em sacos plásticos nas covas rasas do cemitério. Muitos dos cadáveres sepultados como não identificados são parentes de familiares que não procuram o morto a tempo ou de familiares que não têm condições financeiras para realizar o sepultamento em outros cemitérios da cidade. Os altos custos de um funeral levam as famílias a sugerirem os sepultamentos de seus entes em cemitérios destinados a enterrar apenas corpos sem identificação.

Como alguns tipos de produtos e serviços fúnebres ofertados por empresas privadas não estão acessíveis ao público em geral, mas exclusivamente àqueles que possuem condições financeiras para adquiri-los, o consumo fúnebre transforma-se então em elemento de distinção social, essa é inclusive uma das estratégias utilizadas pelos Executivos de Vendas do Grupo Parque das Flores para oferecer seus produtos e serviços a determinados seguimentos sociais:

Tem outros fatores que faz com que uma pessoa adquira uma área?

Com certeza. Por exemplo tem uma área especial que vai ser comprada. As famílias tradicionalistas como a família Lyra, do deputado federal João Lyra, dos Oiticicas, que é mais rica do Estado, Collor de Mello e tem da ex-primeira dama dona Rosane, tem do PC Farias, então todas essas tá concentrada numa área que é a central, que é a área que a gente chama de Especial, que não é especial por conta disso, é especial por conta que é ao redor das capelas. Então existe esse *status*, a pessoa chega e pergunta logo: "Onde tá a de fulano?". Ter o Parque das Flores é ter

status, dizer: “Olha, eu comprei o Parque das Flores!” Tem esse *status*, tem, existe isso. E é por tudo que é o Parque das Flores hoje, outra vez eu atendi uma cliente minha a cliente disse: “Olhe é tão bom vir aqui, isso nem parece um cemitério, até cheiro bom de biscoito tem”. Até porque existe essa comodidade toda, existe esse *status*, até porque tem pessoas que, por exemplo, não sei se aconteceu com você, especificamente com você, mas quando a gente vai num cemitério de terra aí o que é que a gente faz? Toma banho. Eu já passei, eu já presenciei acontecimentos aqui das pessoas vim do trabalho, você vem do trabalho para cá e daqui vai pro trabalho, passa o dia e só vai chegar em casa de noite. Tem pessoas que sentam na grama, comem, coisas que não poderia ser feito num cemitério público, não poderia ser feito e até por uma questão higiênica, tem aquela comida suja. Então o *status* ele oferece por todo o serviço que o Parque das Flores oferece, por todas as celebrações que o Parque das Flores dá nas datas comemorativas, enfim, por tudo que é o Parque das Flores hoje. Então existe esse *status*: “Eu comprei o Parque das Flores”, “Eu tenho Parque das Flores”.

(Entrevista com Narciso, realizada em 06 de abril de 2008)

Para destacar o fator da distinção social, os Executivos de Vendas utilizam como premissa o discurso da comparação com os serviços públicos. Essa retórica é absorvida pelos consumidores e o consumo fúnebre transforma-se num elemento de *status* e distinção social, conforme relato de uma consumidora de produtos (jazigo) cliente do Grupo Parque das Flores que sepultou sua mãe no cemitério Parque das Flores:

Imagine a sua vida, certo? Mesmo que seja só uma passagem. A vida é uma passagem mais você teve um objetivo aqui, certo? E você passou na vida de pessoas e por mais esquecida que você fique depois que você morre, por mais esquecida que você fique, aquelas pessoas podem até se lembrar um dia: “Eu lembro do enterro dela, foi assim, assim, assim”. Porque a gente não sabe como nem quando a gente vai morrer, mas uma das poucas lembranças que a pessoa tem é do seu velório, de onde você ficou. Pode ser que essas pessoas nunca vão lá lhe visitar, e você não vai tá lá, não vai importar, mas pelo menos foi a última coisa que vai lembrar. É a última lembrança.

(Entrevista com Hortêncio, realizada em 10 de junho de 2008)

Todavia, por trás dessa razão prática da distinção social há um significado cultural, correlacionado com o sistema simbólico (SAHLINS, 2003a), pois a utilidade e a funcionalidade de um objeto estão relacionadas ao código cultural do objeto prescrito pela sociedade:

A unidade da ordem cultural é constituída por um terceiro e comum termo: o significado. E é esse sistema significativo que define toda funcionalidade; isto é, de acordo com a estrutura específica e as finalidades da ordem cultural. Daí, decorre que nenhuma explicação funcional por si só é suficiente, já que o valor funcional é sempre relativo a um esquema cultural (SAHLINS, 2003a, p. 205).

Essa observação do autor, porém, não significa que a utilidade ou praticidade de um objeto, de um bem ou de um serviço não seja um dado significativo para análise do consumo dos bens, pois, conforme observou:

Não é que as forças e limitações materiais sejam deixadas de lado ou que elas não produzam efeitos reais na ordem cultural. É que a natureza dos efeitos não pode ser interpretada a partir da natureza das forças porque os efeitos materiais dependem de

sua localização cultural. A própria forma da existência social da força material é determinada por sua integração no sistema cultural (SAHLINS, 2003a, p. 205).

Ocorre que as análises sobre a utilidade e a praticidade material de algum objeto devem ser somadas às análises sobre o sentido e o significado de tal objeto na sociedade. Dessa forma, o consumo de produtos e serviços fúnebres deve ser percebido também a partir do sentido e do significado cultural para a sociedade. Essa discussão nos leva a entender primeiramente quais as diferenças dos serviços prestados pelas empresas públicas e pelas empresas privadas para compreender a “opção” dos consumidores pelos serviços e produtos oferecidos pelos Grupos (pelos empresas privadas). A partir daí comprehende-se a relação cultural que a sociedade estabelece com o morrer e, sobretudo, com os seus mortos.

7.2. As denúncias de furtos em cemitério, de subtração e ocultação de cadáveres e de profanação de sepulturas

Em Maceió existem oito cemitérios públicos. O mais antigo é o Nossa Senhora de Piedade, localizado no bairro do Prado, construído no ano de 1850 e inaugurado em novembro de 1855 com quatrocentos e setenta e sete catacumbas. No ano de 1966, o cemitério possuía duas mil catacumbas, sendo dividido em quarenta artérias, sendo cinco avenidas e trinta e cinco ruas, num terreno de duzentos metros de comprimento por centro e trinta metros de largura. No ano de 1910, devido a grande quantidade de enterramentos, foi proibida a construção de novos mausoléus e sepulturas perpétuas e no ano de 1920 o funcionamento do cemitério foi criticado por possuir mais de trezentas sepulturas rasas e cerca de oitocentas catacumbas e mausoléus.

O cemitério mais populoso do município é o São José, localizado no bairro do Trapiche da Barra, que começou a funcionar no ano de 1920 e está localizado numa área com mais de trezentos e cinquenta metros de comprimento por cento e cinquenta metros de largura e é dividido em dez quadras e cinco avenidas. No ano de 1963 o cemitério recebia uma média mensal de duzentos e cinquenta sepultamentos, quase um mil e setecentos por cento a mais do que o cemitério de Nossa Senhora de Piedade. Em 1966 havia sete mil sepulturas e uma média de dois mil e trezentos sepultamentos anuais. No ano de 1973 o cemitério era a preocupação da municipalidade que procurou evitar um colapso pela falta de espaço, uma vez

que recebia certa de oito a dez enterros diários. Em 1975 a média de sepultamentos anuais era de três mil enterros, ou seja, de oito a dez sepultamentos diários.

Outro cemitério administrado pela municipalidade é o Nossa Senhora Mãe do Povo, localizado no bairro de Jaraguá, inaugurado no final dos anos de 1800. Em 1950 passou para a jurisdição municipal, e, nessa época, surgiram queixas de superlotação, culminando com a proibição dos enterramentos no ano de 1961 e com a solicitação de ampliação do espaço cemiterial em decorrência do aumento do número de habitantes em seu entorno, sobretudo nos bairros do Jaraguá, Pajuçara, Mangabeiras, Poço, Ponta da Terra, Ponta Verde e Jatiúca. Mesmo com a recuperação do cemitério em 1966, o *Jornal de Alagoas* publicou em 21 de setembro de 1975 a seguinte matéria:

O cemitério de Nossa Senhora Mãe do Povo, por exemplo, localizado em Jaraguá, recebe de 5 a 6 enterros diários e não há condições de suportar muito tempo, segundo o seu administrador. O mesmo ocorre com o bairro de Bebedouro, onde o cemitério de Santo Antônio sobre o mesmo problema de falta de espaços para sepultamento de novos cadáveres que surgem todo o dia. Jason Xavier é o responsável pelo cemitério de Jaraguá e diz que não encontra solução para o seu ampliamento, o que já fora feito, deixando-o completamente sufocado, apesar de seus 150 metros de comprimento por 70 de largura, o que já não é mais suficiente hoje em dia (LIMA Jr., s/d, p. 60-61).

O cemitério de Santo Antônio, localizado no bairro do Bebedouro, foi interditado no ano de 1966 por falta de espaço para sepultamento e devido aos rumores de que no mês de julho daquele ano uma criança havia sido enterrada em sentido vertical. Esta situação continuou no ano anterior e somente no ano de 1968 houve a ampliação do cemitério.

Os demais cemitérios administrados pela Superintendência Municipal de Controle e de Convívio Urbano (SMCCU) da cidade de Maceió são: cemitério de Santa Luzia, localizado no bairro do Riacho Doce; cemitério de Nossa Senhora do Ó, localizado no bairro de Ipioca; cemitério de São Luís, localizado no bairro do Tabuleiro dos Martins e o cemitério Divina Pastora, localizado no bairro de Rio Novo.

O maior problema dos cemitérios públicos da cidade continua sendo a superlotação. A falta de espaços foi tema de uma discussão na Câmara dos Vereadores da cidade no mês de setembro de 1972, uma vez que os cemitérios públicos não estavam em condições de atender aos óbitos que ocorriam diariamente na cidade de Maceió, encontrando-se, portanto superlotados. No ano posterior as denúncias se avolumavam e em setembro de 1973 o jornal *Gazeta de Alagoas*, através da matéria intitulada: “Falta de espaços nos cemitérios é o grande problema de Maceió”, trouxe a seguinte notícia:

Com o aumento da população, agrava-se, a cada dia, o problema de sepultamento, em Maceió, uma vez que o último cemitério da capital foi construído em 1918 e

daquela época até agora, somente dois dos seis cemitérios tiveram sua capacidade elevada em virtude da aquisição de novas faixas de terreno.

Dentro de pouco tempo, não haverá espaço nem para se colocar o morto, pois já houve casos em que cadáveres foram sepultados em pé. Mesmo com dificuldade de espaço e sendo hoje quase impossível a aquisição de um mausoléu nos tradicionais cemitérios de Maceió, cerca de 4.234 cadáveres foram sepultados, em 1972, nos cemitérios de Nossa Senhora da Piedade, Nossa Senhora Mãe do Povo, São José, Santo Antônio, Santa Luzia e Nossa Senhora do “O”, este último em Ipioca.

FALTA DE ESPAÇO

No momento todos os campos santos da capital carecem de espaço físico, mas estão impossibilitados de crescer, devido à falta de terrenos. Dessa forma, agrava-se o problema do sepultamento, principalmente, quando se está numa época em que o número de óbitos é assustador. O índice de criminalidade, ultimamente, tem sido dos maiores, fazendo com que muitos corpos sejam sepultados num insuficiente espaço de terra. A solução seria a criação de novos cemitérios (*Gazeta de Alagoas*, 20 set. 1973, 03).

O discurso da superlotação continuou recorrente na imprensa escrita. Em outubro do ano de 2002 o jornal *Gazeta de Alagoas* publicou a seguinte matéria:

Cemitérios de Maceió estão com capacidade esgotada.

A maioria dos cemitérios públicos de Maceió está com sua capacidade esgotada, situação que preocupa a Secretaria Municipal de Controle e Convívio Urbano (SMCCU). Dos oitos cemitérios de Maceió, o que apresenta situação mais complicada é o de São José, no Trapiche da Barra, que enfrenta problemas de superlotação. No Nossa Senhora da Piedade, no Prado, não há mais espaço para sepultamento em cova rasa; lá só é enterrado que possui mausoléu de família.

Segundo o chefe do Departamento de Cemitérios da SMCCU, Onélio Braga, o município está empenhado em adquirir um terreno na região do Tabuleiro do Martins, para iniciar a construção de um cemitério a partir de janeiro do próximo ano. O projeto de um cemitério no bairro do Benedito Bentes teve que ser suspenso, porque o Instituto do Meio Ambiente (IMA) alertou para o perigo de contaminação do lençol freático da região.

Onélio salienta que nos cemitérios Divina Pastora, em Novo Lino (onde a maior parte dos sepultamentos é de indigentes), Nossa Senhora do Ó (Ipioca), Santa Luzia (Riacho Doce), São Luiz (Tabuleiro) e Nossa Senhora Mãe do Povo, em Jaraguá, ainda não há tantos problemas de superlotação.

Já no Cemitério de Santo Antônio, em Bebedouro, a situação começa a ficar complicada. O mais problemático, no entanto, é de São José. “O problema é que mesmo gente que mora em bairros mais distantes quer enterrar seus parentes no Cemitério de São José”. Enquanto o novo cemitério não é construído, a SMCCU procura alternativas para superar o problema de superlotação. A proposta é construir mausoléus com cerca de 400 gavetas e, após três anos, os ossos serem removidos para ossários (*Gazeta de Alagoas*, 17 out. 2002, p. 01).

Para destacar essa informação, o jornal trouxe uma imagem em que duas pessoas transitam entre os vários enterramentos no cemitério Nossa Senhora da Piedade, com a seguinte informação: “Cemitério da Piedade, no Prado, também dá sinais de esgotamento”:



Fotografia 84: Cemitério Nossa Senhora da Piedade. (*Gazeta de Alagoas*, 17 out. de 2002).

Além da superlotação dos cemitérios públicos de Maceió, existem ainda denúncias de furtos de objetos, de retirada e desaparecimento dos restos mortais antes do prazo de três anos.

Em outubro de 2002 duas pessoas foram presas por policiais da Delegacia de Roubos e Furtos de Maceió, acusadas de furtar objetos de bronze e alumínio, principalmente imagens de túmulos do cemitério Nossa Senhora da Piedade. Os acusados vendiam as imagens, cruzes e até caixas usadas para colocação de ossos humanos para serem derretidas¹⁰⁷.

Em março de 2003 numa ameaça de greve dos funcionários do cemitério de São José em protesto contra a demissão do então administrador do local, o tema do furto de objetos nos cemitérios voltou à tona. Os funcionários alegavam que se o dirigente fosse substituído o cemitério voltaria a ser “alvo da ação de vândalos”. Um dos coveiros relatou que: “o cemitério vivia sujo, abandonado, invadido por usuários de drogas. As pessoas não tinham tranquilidade nem mesmo para visitar os túmulos dos parentes. Era comum objetos deixados como lembrança serem roubados”¹⁰⁸. Outro coveiro alegou não ter condições de trabalho e que o cemitério vivia entregue à ação de vândalos antes do atual administrador tomar posse. Uma das zeladoras relatou que muitos objetos eram furtados, que as famílias não tinham segurança para visitar seus mortos e que até mesmo os funcionários temiam se distanciar das

¹⁰⁷ *Gazeta de Alagoas*, 03 out. 2003.

¹⁰⁸ *Gazeta de Alagoas*, 08 mar. 2003.

valas com receio das pessoas que entravam para usar drogas e praticar alguns delitos nas dependências do cemitério¹⁰⁹.

Em junho de 2003 os roubos nos mausoléus dos cemitérios públicos de Maceió continuaram, conforme a matéria publicada no jornal *Gazeta de Alagoas* do dia 22 de junho de 2003:

População denuncia roubos em mausoléus no cemitério do Trapiche. Peças produzidas em bronze são roubadas de mausoléus na madrugada, na ausência de guardas municipais. A doméstica Esmeralda Amorim da Silva, residente na Ponta Grossa, faz um apelo para que a prefeitura coloque guardas municipais para fazer a segurança noturna no Cemitério de São José, no Trapiche, por causa da ocorrência de furtos nos mausoléus. Segundo ela, as pessoas têm medo de denunciar. “Muita gente está sendo prejudicada, mas não fala. Alguma providência deve ser tomada, e com urgência. Se não depende do administrador e sim da prefeita, que ela adote as medidas cabíveis. Do contrário, não vou me calar”. Esmeralda disse que o avô, uma tia e um irmão foram sepultados naquele cemitério e ela sempre faz visitas ao túmulo porque mora perto e sente saudade dos familiares. “Semana passada roubaram cinco argolas e a imagem de Jesus Cristo, toda de bronze. É um absurdo”, afirmou. O administrador do cemitério, Henrique José, disse que durante o dia é impossível acontecer qualquer vandalismo porque sempre há pessoas trabalhando. Já durante a madrugada fica difícil fazer o controle. Segundo ele, seria preciso pessoal suficiente para revezamento no turno noturno.

Esta situação fez com que a SMCCU articulasse uma parceria com os órgãos de segurança pública do Estado de Alagoas para coibir os furtos em pelo menos três cemitérios de Maceió: o São José, o Nossa Senhora da Piedade e o Nossa Senhora Mãe do Povo.

Em novembro de 2003 um possível caso de violação ou profanação de sepultura ou urna funerária e de destruição ou subtração ou ocultação cadáver ou parte dele¹¹⁰, foi denunciado à justiça alagoana, conforme matéria da *Gazeta de Alagoas*:

Jornalista denuncia violação de sepultura em cemitério municipal. Corpo de professora foi retirado da cova antes do tempo, para sepultar outro cadáver.

A jornalista Adriana Brandão acionou a Defensoria Pública Estadual para apurar a violação da sepultura e subtração de cadáver de sua mãe, Eleuza de Farias Brandão, ex-professora estadual, sepultada no Cemitério de São José, no Trapiche, em 20 de junho de 2001. A família passou pelo constrangimento, ao visitar a sepultura de Eleuza, no Dia de Finados, e constatar que a cova de nº 291, quadra 8, havia sido ocupada pelo corpo de uma outra pessoa, cujos parentes estavam no local.

“Ainda faltava quase um ano para terminar o prazo de permanência de três anos, legado pela Lei Orgânica do Município, entretanto, o corpo foi retirado ainda em estado de putrefação e a família não foi avisada. Nem a cruz que colocamos no local foi preservada”, reclama Adriana, mostrando comprovante de pagamento referente à “taxa de sepultamento em cova rasa por três anos”.

O advogado Fábio Feitosa, em sua petição, diz que “a taxa visa reprimir atentados à tranqüilidade e à quietude a que têm direito os que nos deixaram (...). A proteção jurídica envolve, portanto, respeito aos mortos”. Segundo ele, os responsáveis pelo

¹⁰⁹ *Gazeta de Alagoas*, 11 mar. 2003.

¹¹⁰ Artigos 210 e 211 do Código Penal Brasileiro. O Código Penal Brasileiro no item: violação de sepultura, prevê, no artigo 210, multa e reclusão de um a três anos para aquele que violar ou profanar sepultura ou urna funerária; e no item: destruição, subtração ou ocultação de cadáver, prevê, no artigo 211, pena de multa e reclusão de um a três anos para quem destruir, subtrair ou ocultar cadáver ou parte dele.

cemitério incorreram na violação de dois artigos (210 e 211) do Código Penal Brasileiro, que diz que a violação de sepultura ou urna funerária e que a destruição, subtração ou ocultação do cadáver ou parte dele implica pena de reclusão de um a três anos e multa.

A família quer um exame de DNA para identificar a ossada de Eleuza Farias e que os restos mortais sejam recolocados em túmulo construído pela própria Prefeitura. “Vamos exigir todos os nossos direitos”, garante Adriana Brandão. O Inquérito para apurar o crime já foi instaurado na Delegacia do 3º Distrito, pelo delegado Tarcísio Vitorino da Silva e, na próxima terça-feira, serão ouvidas as primeiras testemunhas.

O coordenador-gral dos cemitérios públicos de Maceió, Onélio Braga, confirmou o caso e responsabilizou os coveiros pelo incidente. “São abertas cerca de 10 a 15 covas rasas por dia e só eles sabem onde podem abrir. É comum o recolhimento da ossada num saco, decorridos três anos do sepultamento, para dar lugar a outro corpo”.

No caso de Eleuza Farias ele reconhece que, realmente, ocorreu um erro e com a retirada antes do tempo, mas assegura que a ossada não estava mais em estado de decomposição.

Onélio disse ainda que, diante da dúvida de Adriana, aconselhou-a a procurar um legista no IML e requerer um exame de DNA (*Gazeta de Alagoas*, 09 nov. 2003).

O cemitério Divina Pastora, destinado a enterrar mortos sem identificação, também foi alvo de denúncia de desaparecimento de corpos em junho de 2007:

Ossada desaparece de cemitério público.

Cova que deveria conter ossada de jovem executado em 2004 estava aberta e com restos mortais de outro cadáver.

Ainda sem desfecho judicial, o seqüestro e morte do jovem Carlos Roberto da Rocha em 2004, ganhou essa semana mais um capítulo tenebroso com o desaparecimento de seus restos mortais do Cemitério Divina Pastora, onde são enterrados os corpos sem identificação que dão entrada no Instituto Médico Legal (IML). O caso só veio à tona porque Sebastião Pereira dos Santos, pai da vítima, tentou localizar a ossada do filho para enterrá-la no túmulo da família em outro cemitério.

Ao tentar localizar os restos mortais pela terceira vez, Sebastião foi surpreendido com uma ossada que não apresentava as características do corpo de Carlos Roberto, executado com um tiro na cabeça (*Gazeta de Alagoas*, 16 jun. de 2007, p. A16).

As denúncias de que com a falta de espaço para sepultamentos nos cemitérios públicos da cidade, os corpos estavam sendo desenterrados antes do prazo de três anos, motivou uma sessão especial na Câmara de Municipal de Maceió no mês de fevereiro de 2003, conforme noticiou a imprensa alagoana:

CORPOS PODEM ESTAR SENDO DESENTERRADOS ANTES DO PRAZO.

A Câmara Municipal de Maceió vai realizar sessão especial para discutir um grave problema social: a falta de espaço nos cemitérios públicos da Capital. A situação é tão grave que os vereadores começaram a receber denúncias de que corpos estão sendo retirados dos túmulos antes do prazo legal, que é de três anos, e que há ossos humanos espalhados nesses logradouros.

O vereador João Luiz (PL), que vai propor a sessão especial, afirmou que seu colega Robert Manso, também vereador, relatou ter visto uma criança brincando com um osso (fêmur) dentro do Cemitério de São José, no Trapiche da Barra.

Outra denúncia feita pelo vereador, durante entrevista a um programa de TV local, é de que algumas famílias estão reclamando o desaparecimento da ossada de algum parente. O coordenador de Cemitérios, da Secretaria Municipal de Controle e Convívio Urbano, Onélio Braga, admite que os espaços estão reduzidos, mas nega

as denúncias. “São infundadas. Há um esforço da prefeitura para que todos os mortos sejam enterrados”, assegura ele, acrescentando que, como paliativo, a prefeitura está construindo ossários.

Nem mesmo a prefeitura nega que há superlotação nos oito cemitérios públicos de Maceió, quase todos funcionando há mais de 70 anos. A falta de espaço já acabou com as ruas dentro dos cemitérios, local agora utilizado para abertura de covas, praticamente coladas umas nas outras.

A solução é criar novos cemitérios, mas a prefeitura alega que não dispõe de uma área adequada para essa finalidade. Todos os fatos relacionados ao problema serão discutidos na sessão pública especial da Câmara de Vereadores, que deverá apresentar propostas de solução para a superlotação (*Gazeta de Alagoas*, 27 fev. 2003).

Apesar das várias obras realizadas nos cemitérios pela administração pública para sanar os problemas, as denúncias continuaram. Verdadeiras ou não, essas denúncias de desaparecimento e de retirada dos restos mortais antes do prazo de três anos revelam uma sociedade que possui uma cultura da morte que repudia as ações de furtos em cemitério, de subtração e ocultação de cadáveres e de profanação de sepulturas. Essas ações são consideradas impróprias, imorais, inaceitáveis, um verdadeiro atento aos mortos e aos enlutados.

7.3. Significado e sentido de uma morte digna

As histórias (verídicas ou não) de denúncias de furtos, de subtração e ocultação de cadáveres e de profanação de sepulturas nos cemitérios públicos, penetraram na cultura funerária e são utilizadas pelos consumidores dos produtos e serviços do Grupo Parque das Flores para justificar suas escolhas por produtos e serviços ofertados por uma empresa particular.

Dália, uma consumidora usuária de jazigo e plano assistencial funerário do Grupo Parque das Flores, conta que decidiu virar consumidora fúnebre depois da morte do esposo em agosto do ano de 2004. O esposo de Dália sofria de mal de Alzheimer¹¹¹ e faleceu aos oitenta e dois anos de idade, vítima de um ataque cardíaco na residência onde moravam e foi sepultado no cemitério de São José:

¹¹¹ O mal de Alzheimer ou doença de Alzheimer é uma forma comum de demência. É uma doença degenerativa e incurável que afeta geralmente pessoas acima de sessenta e cinco anos de idade. Cada paciente sofre a doença de forma única, porém existem pontos em comum como perda de memória, confusão, irritabilidade, agressividade, alterações de humor e falhas na linguagem.

Ele morreu conversando com a gente, conversando, depois ele deu o último suspiro. Eu assisti, eu e a minha filha, o meu filho tava em casa ele não assistiu, a gente chamou. Foi três horas da madrugada, aí meu filho tratou logo de vestir, a minha filha fez a barba dele, ela é disposta, a menina é disposta, é disposta. Ela mesma fez a barba dele, cortou as unhas, ajeitou, vestiu juntamente com o meu filho. E o tempo vai passando. Era pra enterrar no cemitério ali no Prado, mas não tinha canto. Aí arranjaram vaga lá no São José, foi conduzido o corpo pra lá, o carro veio buscar. Isto tudo pago na hora, mas com a graça de Deus a gente tinha. Nós sempre fomos cuidadosos de olhar o dia de amanhã. Não foi nada emprestado. A dificuldade era arranjar local no cemitério.

(Entrevista com Dália, realizada em 09 de julho de 2008)

Depois que o esposo faleceu, Dália decidiu adquirir uma concessão de jazigo no cemitério Parque das Flores e o plano assistencial funerário Previparq das Flores, tipo esmeralda, cujos dependentes eram o filho, a filha e três netos e como agregada a esposa do filho. A compra foi efetivada em dezembro do ano de 2004 e a decisão se deveu principalmente por não ter que passar pela experiência em procurar vagas nos cemitérios públicos da cidade caso alguém da família viesse novamente a falecer. No ano de 2007, Dália utilizou o produto e o serviço do Grupo Parque das Flores para sepultar seu único filho que faleceu aos quarenta e seis anos de idade, vítima de um câncer na garganta:

Meu filho faleceu, foi uma morte repentina, não durou dois meses, no hospital só durou nove dias. Ele apareceu com a garganta, aí ele me telefonou: "Minha mãe eu já tive a papeira?", eu disse: "Meu filho eu não me lembro, não me lembro não". Ele disse: "Isso é papeira, isso é papeira". Aí foi no médico, o médico disse que na garganta ele não tinha nada, aí foi crescendo, foi crescendo de um lado só [do pescoço]. Foi crescendo e ele foi a um médico, foi em outro, foi a diversos médicos, aí foi constatado que era câncer, mas ele não sabia. Ele foi interno e dentro de nove dias apagou-se. O médico disse que foi um câncer de uma qualidade rara que ele só conhecia três casos, uma foi o cantor, aquele cantor da dupla Zezé de Camargo e Luciano. Pois bem, então eu havia já comprado esse jazigo, eu disse: "Bem, vamos sepultar ele lá no meu jazigo".

Ele tinha quantos anos?

Ele tinha quarenta e seis, quarenta e seis anos. E ele foi sepultado lá. Então eu comprei logo gaveta pra transferir os ossos do meu marido para o Parque. Foi transferido já, os ossos já se encontram lá.

(Entrevista com Dália, realizada em 09 de julho de 2008)

Atualmente no jazigo do cemitério Parque das Flores pertencente a Dália, estão os restos mortais de seu esposo e o corpo do seu filho. Sobre a diferença entre os serviços mortuários prestados pelo cemitério público e pelo cemitério privado, Dália diz que:

O São José é um cemitério público, é um cemitério público e não há tanto interesse e o cemitério particular ali tem dono, ali tem quem fiscalize, não tem nada de tumulto, nem aquela danação, é tudo educado [...]

Tem uma grande diferença. No Parque existe equilíbrio. É tudo controlado. E nos outros cemitérios é aquela danação, pisam por cima de cova, arengam e arrancam o defunto antes do tempo. É aquela danação [...]

Já de muito tempo que eu me entendia de gente que todas as vezes onde eu morava, no cemitério era uma agonia, até morte havia no dia de finados. Eu disse: "Eu quero isso nada, se Deus me deu dinheiro eu vou comprar um canto sossegado"...

Tem muita diferença, cá é outra coisa, cá no Parque é outra coisa, é uma civilização, é uma coisa que agrada, a pessoa tendo dinheiro pode comprar o jazigo

que é uma coisa, é uma jóia, é uma jóia, vai ficando pra os seus descendentes. Eu gostei, eu gostei e quem me perguntar eu digo: “se tiver o dinheiro é bom”. Agora é caro para quem não tem, mais eu tinha, Deus havia me dado.
 (Entrevista com Dália, realizada em 09 de julho de 2008).

Amarílis, outra consumidora não usuária de jazigo no Campo Santo Parque das Flores, diz que realizou a compra no mês de março de 2007, três meses depois que o pai faleceu, vítima de um acidente de trânsito, cuja morte foi detectada no local do acidente que ocorreu a meia noite do dia quinze de janeiro de 2007. Quando soube do acidente, Amarílis ligou para alguns familiares para comunicar o óbito e se dirigiu ao local do acidente. O corpo de seu pai foi transferido para o IML para realização dos procedimentos de necropsia, Amarílis também se dirigiu para o IML para providenciar a entrada do corpo de seu pai e depois visitou algumas funerárias para escolher o modelo do caixão. Às seis horas da manhã do dia seguinte foi novamente para o IML para saber se o corpo estava liberado, porém o médico legista ainda não havia examinado, então retornou para a residência, escolheu a roupa que o pai seria sepultado e seguiu para a funerária para efetivar a aquisição. Quando o corpo foi liberado pelo IML, Amarílis foi para o cemitério público de São José e marcou o horário do enterro para o dia seguinte às onze horas da manhã.

Quando o pai de Amarílis faleceu, o Grupo Parque das Flores realizava uma promoção que compreendia um desconto para os clientes que adquirissem jazigos preventivamente na área “A” do cemitério Parque das Flores¹¹². Mas como seu pai já havia falecido, ela não poderia ser contemplada com esta promoção uma vez a aquisição do jazigo se caracterizaria por uso imediato. Dois meses depois e com a continuidade da promoção, adquiriu um jazigo e diz que comprou por desespero, pois o pai faleceu em janeiro e mesmo com as despesas do funeral, concretizou a compra do jazigo no mês de março.

O pai de Amarílis foi sepultado no cemitério público de São José e, diante dessa situação, resolveu adquirir um jazigo em uma empresa privada para “não ter que passar por tudo de novo”:

Em janeiro do ano passado a gente perdeu o meu pai. Entrou todo mundo em paranóia e quando foi depois da perca apareceu a promoção do jazigo lá, a gente procurou saber e foi comprar e foi lá, se informou, na verdade acho que foi mais uma forma de se proteger pra que se perdesse outra pessoa não fosse parar no São José. Meu pai foi enterrado no São José.

[A mãe de Amarílis interrompe e diz] Eu acho pelo desespero que na hora você acha que acontece com qualquer outra pessoa, menos com a gente, mas na hora que acontece com a gente, a gente pensa diferente, porque você ver uma pessoa que você amava tanto se enterrar num lugar que nem o buraco certo tem. Nem a altura certa, porque o que eles cavam lá não dá pra cobrir nem o caixão direito. Aí você fica desesperado, tentando resolver uma coisa que você já podia ter resolvido há muito tempo.

¹¹² Esta promoção foi discutida nos capítulos 4.2., intitulado: “Produtos não procurados”.

(Entrevista com Amarílis, realizada em 30 de junho de 2008)

A mãe de Amarílis, Papoula, ainda comenta sobre o abandono das sepulturas por parte dos parentes no cemitério de São José:

Até as catacumbas. Tem pessoas que compra e deixa lá, fica lá abandonada, só aquele buraco, quando você vê é só aquele buraco lá. É uma imagem que fica na sua mente que mexe muito com você, porque ali no São José é o que mais tem, as pessoas enterram, outras compram e faz a cataumba, às vezes compram até clandestino porque agora mesmo não estão mais vendendo terreno lá no São José.

(Entrevista com Papoula, realizada em 30 de junho de 2008)

As denúncias de venda clandestina de terreno e o descaso do setor público com os mortos enterrados nos cemitérios públicos da cidade também são evidenciadas, sobretudo em relação às retiradas dos cadáveres das sepulturas antes do prazo mínimo de três anos:

Na verdade eles vendem o local que já tem outra pessoa enterrada, entendeu? Lá se você quiser construir aquelas catacumbas não pode vender, porque não tem mais espaço lá, não tem nada, aí vende já o que não é pra vender, o que já tem gente enterrada. E outra, a situação lá é tão crítica que a mainha já entrou em desespero também porque é assim, é enterrando um e você vendo ao lado os ossos do outro. [Papoula interrompe e diz] Tem pessoas que são enterradas. Com a gente não aconteceu isso porque já fazia dias que tinham tirado [o outro cadáver do local onde seu esposo foi sepultado]. Mas sempre eu vou lá e já vi, já assistir várias vezes, teve um senhor que foi enterrado, tiraram e os ossos estavam do mesmo jeito. Os coveiros foram quem desconjuntaram as juntas dos ossos pra poder botar de lado o outro caixão. O que acontece aqui em Maceió, acontece muito é que as pessoas enterram e enterrou vai naquele dia e pronto, acabou. Entendeu? Não vai mais lá, aí pronto, aquela pessoa que é enterrada que os coveiros acham que a família, os coveiros acham não, na realidade isso é o certo que enquanto tá vivo, tá vivo, só gosta enquanto tá vivo, morreu, acabou-se, virou pó e pronto. Aí tem pessoas que não ligam mais, aí pronto. Uma pessoa que é enterrado nessa situação, que a família não vai lá, a família não ajeita a cova, esse aí ele passa poucos dias, antes de dois anos eles tiram.

(Entrevista com Amarílis, realizada em 30 de junho de 2008)

Outra situação denunciada é o que elas (Amarílis e sua mãe, Papoula) chamaram de “máfia entre o coveiro e a família” que consiste num acordo realizado entre a família e algum dos coveiros dos cemitérios públicos para que estes se responsabilizem (mediante algum pagamento acordado anteriormente) em manterem limpa e bem cuidada as sepulturas:

Essa proposta de fazer isso [de limpar e cuidar da sepultura de algum ente] já parte do próprio coveiro. Se você for lá dizer que quer comprar eles dizem que não tem. Também parte do próprio coveiro, eu não sabia, mas se você fosse lá antes, falasse com o coveiro, porque você não escolhe a parte que você vai se enterrar, você chega lá e o buraco tá feito e é naquele e pronto, mas aí eu queria que ficasse num lugar fácil de encontrar, aí depois a gente soube que eu teria que ter ido lá, conversado com o coveiro [A mãe de Amarílis interrompe e diz] É. Fazer um joguinho de cintura né?

Como assim? Pagar é?

[Amarílis diz] É. Exatamente. Lá tem um que cuida do de painho. Aí ficou combinado de cinquenta reais foi? [pergunta para a mãe]. [A mãe de Amarílis responde] Não. É vinte reais que eu estou pagando. [Amarílis confirma] Vinte reais.

Por mês?

[A mãe de Amarílis diz] É. Só que é assim, no mês que eu não vou aí eu pago dois meses.

[Amarílis interrompe e diz] Quando eu cheguei lá eu disse: "Mainha isso aqui não foi aguado", porque imediatamente também foi feito logo a catacumba, foi feito no espaço onde ele foi enterrado foi feito uma casinha, quem fez foi esse coveiro. Foi feito lá, tá arrumadinho, mas quando a gente chegou lá no Dia de Finados, agora em novembro, eu disse: "Olhe isso aqui não foi aguado". Ela disse: "Não, mais ele tá cuidando". Eu disse: "Ele não tá cuidando, ele tá cuidando agora porque tá na sua frente". Mesmo assim ela se compromete e ela paga.

(Entrevista com Amarílis, realizada em 30 de junho de 2008).

Os roubos nas sepulturas também são lembrados pelas consumidoras fúnebres:

E o medo que a gente ficou depois do enterro de roubarem o caixão, não era mainha? A gente ficou indo lá durante semanas, logo no início foi uns quinze dias. [A mãe de Amarílis interrompe e diz] Porque já aconteceu, não sei se você já soube, aconteceu isso, aconteceu com a sogra do meu sobrinho.

Fizeram o que?

Abriram a cova, tiraram o caixão, jogaram o corpo lá e carregaram o caixão. Botaram o morto lá, sem nada, dentro da cova.

E como ela descobriu?

Ela foi fazer a catacumba oito dias depois, aí pra fazer a catacumba tem que cavar pra fazer o alicerce, aí tava lá o morto, pelado. Isso aí não foi história de ouvir dizer, isso aí aconteceu com a sogra do meu sobrinho. Eu acho que ela fez isso, eu disse ao meu sobrinho, ela fez pra se amostrar, porque se ela tinha oito mil reais pra dar num caixão, pra enterrar num cemitério daquele, ela tinha dinheiro pra enterrar no Parque das Flores. Porque foi um absurdo ela dá oito mil reais num caixão, aquele caixão todo de madeira, pra que isso? Ela deu oito mil reais num caixão e no fim foi tirado. Então ela não deu porque o marido merecia, ela deu pra machucar a segunda mulher do esposo, não, a primeira, que ela era a segunda. Mas aconteceu isso lá. Aí pronto, aí você sabe disso aí, dessas histórias, você fica desesperada, [Amarílis interrompe e diz] Além de você ficar desesperada porque perdeu, você fica desesperada com medo de ser roubada. A gente tinha um amigo do painho que ia lá direito olhar se tinham mexido, se não tinham.

[A mãe de Amarílis interrompe e diz] Nos outros cemitérios tem a programação Dia de Finados, mas a coisa tá tão absurda que sabe o que é que eles fazem? Até as velas que leva pra pessoa acender, o menino o ano passado não teve o que fazer e cortou as velas e tava vendendo. Tira as velinhas e acende as velas, aí quando a vela é grande, sabe o que eles fazem? Eles vão cortam aquela vela que foi acesa, porque tem pessoas que vai e acende e sai, não fica ali até a vela queimar, porque eu mesmo eu deixo a vela queimar até o fim, mas tem pessoas que só vai, acende e faz aquela obrigaçãozinha ali e desaparece, aí os vendedores vão lá, tiram as velas, corta, quando é depois vendem. [Amarílis interrompe e diz] Aqueles arranjos de flores, eles vão lá roubam e vendem de novo, vendem de novo. [A mãe de Amarílis interrompe e diz] Pra você ter uma ideia é isso tudo que você fica traumatizada, eles vendem as cruz, cruz, santos, o que botar.

(Entrevista com Amarílis, realizada em 30 de junho de 2008)

Ao relatarem sobre as histórias de furtos nos cemitérios públicos, Amarílis e sua mãe fazem uma comparação com os serviços prestados pelo cemitério Parque das Flores:

[mãe de Amarílis] Esse medo [de roubarem o caixão no cemitério público depois do sepultamento] se você enterrar uma pessoa no Parque das Flores, você não vai ter. [Amarílis interrompe e acrescenta] O comercial deles termina tendo razão. [mãe de Amarílis interrompe e diz] Isso sem falar que você anda ali e não fica com aquele trauma, com aquele medo, você anda e é tudo verdinho, tudo bonitinho, você não vê nada, só vê só aquele campo verde e as placas. Todo mundo chega, senta lá, fica a vontade.

(Entrevista com Amarílis, realizada em 30 de junho de 2008).

Mesmo ao serem informadas que a municipalidade está realizando modificações na estrutura dos cemitérios públicos de Maceió, ampliando terrenos, construindo gavetas e contratando empresas de segurança para evitar os furtos, a mãe de Amarilis diz: “A gente tem que ver de perto pra acreditar”.

A prestação dos serviços fúnebres pela administração pública, aliada à praticidade e comodidade atrelada aos serviços funerários prestados pelas empresas privadas e a possibilidade de gerenciamento da morte através dos serviços preventivos, são fatores que motivam os consumidores fúnebres a procurarem as empresas privadas para consumir produtos e serviços funerários. Todas essas situações, aliada à estética paisagística do cemitério Parque das Flores, contribuem para o consumo de produtos e serviços do Grupo Parque das Flores, conforme relatos dos consumidores fúnebres preventivos usuários ou não:

O parque é um empreendimento muito interessante, diferente do normal, daqueles cemitérios públicos. Quando a mamãe morreu, eu ia lá de tarde, naquele tempo eu não era evangélica ainda, eu ia e passava a tarde todinha lá, sentava e ficava lá, nem rezava nem nada, ficava só olhando aquele verde, bem plano, sem aquelas catacumbas, sem aqueles mausoléus, bem tranquilo, quando era de tardezinha eu ia embora, era como se eu tivesse perto dela. Eu acho que lá da paz, da tranquilidade a pessoa.

(Entrevista com Açucena, realizada em 16 de julho de 2008)

Em relação ao Parque foi assim. Meu pai ele trabalhava na Utinga, na Usina Utinga Leão, que é um interiorzinho de Rio Largo, não sei se você já ouviu falar. Ela saiu da Utinga e foi pra Forene. E ele dizia sempre que não queria se enterrar na Utinga, que quando ele saísse de lá queria se enterrar no Parque, que ele achava o cemitério muito agradável, ele não via aquelas catacumbas, aquelas coisas horríveis [risos]. E realmente eu só gostei de entrar ali por este motivo. Aqueles de catacumba eu não ia entrar não, eu morro de medo daquele cemitério, no São José mesmo eu não entro de jeito nenhum. Tem o Piedade, eu nem invento de ir, nem de querer passar por perto, eu tenho medo, tenho um medo tão grande [risos]. Aí ele dizia: “Olhe eu quero me enterrar lá”. Então quando ele adoeceu em 2002 a gente foi logo e comprou o jazigo e pensando que ele ia falecer de imediato a gente pagou até a carência, porque disseram que em seis meses não podia falecer que eles não permitiam. Aí eu disse: “Pronto do jeito que ele tá mal, ele vai morrer e a gente não vai ter ele por perto né, vamos pagar a carência”. Aí quando passou dois anos ele melhorou do problema dos rins, ficou melhorzinho, para chegar a falecer. 2002 para 2007 é mais ou menos isso, quase 5 anos.

E qual foi o motivo dele ter escolhido o Parque?

Pela qualidade do cemitério.

Você acha que esse foi o motivo?

O principal motivo do meu pai foi a organização de lá. Quer dizer eu não sei exatamente qual foi o motivo principal, eu acho que a opinião dele era essa, meu pai não era de conversar muito, ele era muito calado, ele brincava com as pessoas de fora, mas dentro ele era uma pessoa trancadinha, aí com minha mãe ele conversava mais um pouco mais eu nunca perguntei qual era o motivo dele querer, porque ele querer ficar lá, apenas que eu sei é assim que ele achava interessante era aquele método do cemitério ser tipo um jardim né, as pessoas colocam as flores e é todo gramado, não tem aqueles montes de catacumbas, gavetas, mausoléus, até os nomes são feios. Pronto aí eu acho assim que ele gostou disso, a diferença que tem o Parque para o resto.

(Entrevista com Íris, realizada em 02 de junho de 2008)

Os gastos com os funerais representam a última homenagem aos seus entes, conforme relato de uma consumidora fúnebre:

Eu sempre ficava preocupada por causa da minha avó, porque como ela diz pra mim que um dia vai acontecer, ela vai morrer e ela queria ser enterrada ali, entendeu? Então isto foi um fato a mais, além da minha mãe estar enterrada lá, que fizesse com que eu procurasse o produto, porque se eu não quisesse saber, a minha mãe morreu, acabou, não quero saber, dane-se o mundo ou qualquer pessoa da família, quem quiser ser enterrado seja enterrado em qualquer lugar, então, mais foi assim, não foi um pedido, foi assim, sabe, ela tem uma vontade, então se é a última vontade que aconteça com ela seja essa, eu vou fazer essa vontade dela. É mais pela idade que ela já está e eu andei mais preocupada com isso também porque a gente nunca sabe quando vai acontecer. Se não fosse pela minha avó eu não pensaria em comprar agora, eu compraria pelo motivo da minha mãe está ali, mas se não fosse a minha avó, vamos supor que eu não tivesse a minha avó, eu não pensava nisso.
(Entrevista com Hortêncio, realizada em 10 de junho de 2008)

E mesmo aqueles consumidores que possuem parentes sepultados em cemitérios públicos, esperam trasladar esses corpos para os cemitérios privados quando viram consumidores das empresas privadas, conforme o relato de uma consumidora preventiva e usuária de jazigo no cemitério Parque das Flores e do plano assistencial funerário Previparq das Flores:

A senhora já teve outros parentes, outras pessoas enterradas em outros cemitérios públicos? E tem diferença?

Sim. Porque realmente lá não tem nada dentro, bota lá e acabou, entendeu? Não tem. Porque meu pai, meu pai há muitos anos, já cinquenta e tantos anos, que eu era muito garota quando meu pai faleceu, eu tinha o que? Parece que treze anos, treze, quatorze, uma coisa assim, e não teve nada disso, também há muitos anos, não tinha nada disso. Pronto, e depois disso eu vim perder agora.

E teve alguma diferença?

Ah! É lógico, porque o Parque das Flores é outra coisa. Muito, muito, muito bom. O Parque das Flores tem uma assistência formidável. A aparência? É lógico! Que a aparência, ele é muito bonito. Ninguém vai dizer que é cemitério, você se sente bem. Eu vou, visitar muito, vou agora, no dia das mães eu vou levar flores. É tudo muito bem cuidado. Tudo muito bem limpo, tudo muito organizado. Quando meu marido aniversaria eu vou, no natal eu vou, aniversário de morte eu vou, da minha mãe também. O Parque das Flores é muito mais bem organizado. Quem puder minha filha, eu digo a todo mundo, compre um terreno no Parque das Flores, porque muita gente, tem pessoas que não ligam, que diz: "Não, morreu, compra lá, bota em qualquer canto" é uma coisa que é somente só a matéria que está lá, porque o espírito não está mais. Eu acho isso errado. Com um ente querido eu vou até o final. Não estou indo mais visitar o túmulo do meu pai porque eu não sei nem onde estão os ossos mais, porque eles tiraram tanto, fizeram tanta modificação que eu não sei nem onde é que existe, porque se eu soubesse eu tirava e levava pra junto da minha mãe. Já tem cinquenta e poucos anos né?

(Entrevista com Azálea, realizada em 11 de junho de 2008).

Consumir produtos e serviços fúnebres de empresas particulares representa a possibilidade de oferecer uma morte digna aos entes falecidos. Rodrigues (2006b, p. 179) diz que:

São numerosos os sobreviventes que se endividam por muito tempo, às vezes até a própria morte, por terem querido dar a seus pais, a seu esposo, irmão, etc. um

funeral ‘compatível’, ‘digno’, ‘à altura’... Por terem sido obrigados a colocar sua angústia à disposição do lucro de outrem.

Para Tomas (1991, p. 121) esses gastos com os funerais têm uma função tranquilizadora para os viventes:

Como el temor al muerto y a la solicitud que mostramos por el muerto o los gastos que incurrimos por su causa contribuyen a tranquilizarnos. Como si, para borrar esa culpa real o imaginaria, fuera necesario provenir la agresividad del difunto ocupándose del él. Esta es la razón por la que los cuidados y atenciones que acompañan el trato que se manifestaciones de fidelidad neutralizarán la mala voluntad que se le atribuye. En general la necesidad de expirar, de pagar, se concibe como un conjunto de obligaciones, ritualizadas o no, que es necesario asumir para cumplir con el muerto y quedar en paz con él.

Esta concepção foi endossada pela consumidora Amarilis quando revelou que todos os gastos com o funeral do seu pai foi a única forma que encontrou para “recompensar a perda”. O fato é que os gastos com os funerais têm dois significados: o primeiro é a possibilidade de dar uma morte digna aos entes que faleceram e o segundo é a possibilidade de retribuir ao ente que morreu algo que ele ofereceu aos viventes quando vivo.

Consumir produtos e serviços fúnebres de empresas privadas é a possibilidade de retribuir algo recebido. É quase uma dádiva contratual, um *potlach*, um *kula* (MAUSS, 2003), conforme relatou Amarilis e sua mãe ao descreverem um velório presenciado em um cemitério público:

Se você tiver com dinheiro você dá. Teve um caso que eu vi, foi um dia depois do enterro do painho, que a gente foi lá no cemitério que estava morto dois irmãos e um tinha sido enterrado primeiro e o outro, quando a gente tava saindo do cemitério um corpo chegou, aí eu fiquei curiosa, aí perguntei, aí eram dois irmãos, só que um foi enterrado primeiro porque tinha com o que pagar o caixão e o outro tava esperando que alguém arrumasse dinheiro pra poder comprar o caixão, tá entendendo? Aí é onde esses planos entram como uma luva. [a mãe de Amarilis diz] Eu acho que é muito triste morrer uma pessoa que você ama tanto, quando acabar você olhar para os quatro cantos da casa e você não ter com o que enterrar, ficar pedindo ajuda a um e a outro.

(Entrevista com Amarilis, realizada em 30 de junho de 2008)

Oferecer uma boa morte ou uma morte digna aos entes que faleceram significa poder retribuir algo recebido. Mauss (2003, p. 286) ao explicar sobre a reciprocidade e a dádiva nas sociedades arcaicas diz que:

É que o vínculo que a dádiva estabelece entre o doador e o donatário é demasiado forte para os dois [...] A dádiva, portanto, é ao mesmo tempo o que se deve fazer, o que se deve receber e o que, no entanto, é perigoso tomar. É que a própria coisa dada cria um vínculo bilateral e irrevogável...

Portanto, a ideia de oferecer uma boa morte ou uma morte digna é que não se deve ficar em dívida com o morto, e assim, retribuir o que recebeu através dos gastos com os

funerais. Essa troca ou retribuição é que mantêm o vínculo e a correlação entre os vivos e os mortos na sociedade brasileira, e, por outro lado, retroalimenta o consumo de produtos e serviços fúnebres e as empresas que oferecem estes tipos de bens e serviços.

**A morte negociada:
rumo ao fim...**

Como foi visto até aqui, o consumo fúnebre tornou-se uma realidade e, mais do que isso, um promissor negócio para as empresas que o explora. Algumas famílias chegam a gastar, com um único funeral, quantias de quarenta a duzentos mil reais. É verdade que tal realidade é circunscrita apenas a segmentos abastados que preferem marcar a distinção social ao delegarem esse tipo de serviço às firmas especializadas, o que vem se tornando um bom ramo de negócio.

Alguns tipos de serviços são destinados a elites de alto poder aquisitivo, com a finalidade de proporcionar a beleza, a distinção, o luxo e o conforto aos parentes e aos amigos do morto, durante o velório. Para tal fim, são contratados serviços que pareçam mais adequados a cada tipo de defunto e ao que a família pode e deseja pagar, ficando a empresa responsável por todos os detalhes do ceremonial – a exemplo das casas de luxo especializadas em ceremoniais fúnebres, tal como a *Funeral Home* de São Paulo. A depender da modalidade, esses serviços podem incluir flores importadas, belo *déco*, peças de arte, *ambience* regada à *Moët & Chandon* ou *Veuve Clicquot*, com fundo operístico ou acordes de *jazz*, enquanto o pretexto é lembrar o morto. Mas se os convivas preferirem, têm ainda direito a um jantar elaborado por algum *chef* de moda, ou a um *petit déjeuner du matin* depois da ressaca matinal de velar o defunto e, quiçá, outras mordomias desejadas. Evidentemente que este tipo de ceremonial é bem distinto do que fora estudado nesta pesquisa, já que se trata de serviços disponibilizados para as famílias de altíssimo poder aquisitivo e que, na maioria das vezes, não são adquiridos preventivamente.

Mas se em alguns casos há excessos, em outros há escassez. Não são poucas as situações em que as famílias se encontram desprevenidas financeiramente para arcar com as despesas básicas de um funeral. E quando isso ocorre há uma frustração de expectativa, vendo-se os mais próximos obrigados a se renderem a serviços de “quinta categoria”, como lamentava um dos familiares participantes desta pesquisa ao se queixar que a morte de sua genitora o pegou desprevenido, pois não havia se programado com antecedência para os gastos do sepultamento e a pequena reserva de capital houvera sido consumida com as despesas hospitalares. Acresentava, com ar desolador, que desejava dar a mãe um funeral digno e compatível com aquilo que ela merecia e, por isso, sua tristeza diante de um “caixão barato” e das “poucas flores” que pudera encomendar à funerária do bairro. Além disso, como a família não possuía túmulo, apelou para uma prima de sua mãe que emprestou temporariamente um local no pequeno túmulo da família de seu esposo.

Situações dessa natureza não são estranhas ao universo pesquisado, tornando-se recorrentes, o que explica a adesão de muitos dos pesquisados aos planos preventivos de

enterramentos. Somado-se a isso, o apelo das peças publicitárias e do *marketing* de vendas, calcado na ideia da previsibilidade das despesas com o funeral e do reconforto de uma morte digna. É baseada nessa lógica que algumas empresas criaram serviços e produtos que podem ser adquiridos preventivamente e ofertados para que os consumidores possam adquiri-los antecipadamente, sem que isso venha a onerar e desequilibrar o seu orçamento doméstico.

Tal lógica se pauta pela mesma que orienta os planos de saúde e de seguros, em geral; em que o indivíduo contrata uma seguradora e fica obrigado a pagar, ao longo da vida, determinada quantia para fazer uso dos serviços a qualquer momento. É assim que também funcionam os modernos planos de assistência funerários.

No início da pesquisa, acreditava-se que o perfil do consumidor preventivo estava relacionado às pessoas idosas, entretanto, percebeu-se que não há uma distinção por idade ou classe social, já que o consumo é uma escolha individual, autônoma e, desde que se possua condições financeiras, os produtos e serviços estão disponíveis para todos os públicos.

Aliada à possibilidade de gerenciamento da morte através da aquisição de produtos e serviços preventivamente (planos assistenciais funerários), verificou-se ainda nesta pesquisa, o surgimento de outras tendências, como a personalização das cerimônias fúnebres: caixões temáticos, funerais tributos, transmissões *online*, necromaquiagem, formolização, tanatopraxia, etc. Em última instância, trata-se de recursos estéticos que amenizam e diluem o aspecto repulsivo da morte materializado no cadáver, e que as famílias começam a introjetar com naturalidade. Referindo-se ao simulacro que convém a esse tipo de situação, comentava uma das entrevistadas em relação à restauração facial e a necromaquiagem realizada no cadáver de seu genitor: “às vezes a ilusão é melhor do que a realidade nua e crua”.

Não há dúvida que o segmento da morte é considerado uma fatia empresarial em expansão, e, portanto, o morrer se tornou objeto de comércio e lucro, percebido como um negócio rentável, através do estabelecimento de uma relação comercial entre a empresa fúnebre e a família enlutada, sendo que o objeto que materializa essa transação comercial é um corpo morto e os serviços de inumação.

Durante a pesquisa, identificamos alguns fatores que possibilitaram que o processo do morrer fosse empresariado, fatores esses que só foram compreendidos na medida em que se entendeu a mudança histórica na forma como a sociedade percebe a morte e sepulta os seus mortos.

No Brasil, em meados do século XX, apareceram os primeiros cemitérios parques ajardinados, totalmente integrados com a estética da ocultação por possuírem uma paisagem natural que os fizessem não se parecer com os tradicionais cemitérios oitocentistas, repletos

de escultura e de túmulos monumentais que abrigavam verdadeiras árvores genealógicas (MOTTA, 2008).

O fato é que, a partir da modernização dos cemitérios ajardinados parques, os enterramentos foram cada vez mais se individualizando. Em vez dos túmulos de família surgiram pequenos lóculos para enterramentos individuais. Neste contexto, emergiram os “Grupos”, empresas particulares que passaram a atuar no ramo da morte na sociedade brasileira. Com esses “Grupos” o processo do morrer se tornou objeto mercantil e elemento de consumo, transformando-se “em uma transação comercial, em um ato que os vivos e os mortos desempenham como atores econômicos, em proveito da reprodução das relações do sistema social” (RODRIGUES, 2006b, p. 181).

Mas se a concepção da morte revela a concepção da vida (MARTINS, 1983, p. 09), tratar os rituais de morte é também refletir sobre a vida, sobre os processos socioculturais e sobre a maneira por meio da qual a sociedade se relaciona com o seu cotidiano. Neste sentido, as mudanças ocorridas no final do século XIX na cultura fúnebre, estão correlacionadas com outros elementos tais como a modernidade, o individualismo e, sobretudo, com o consumo.

Com isso, as empresas privadas do ramo fúnebre, aqui denominada de “Grupos”, entenderam a “necessidade” da sociedade de consumo e logo se adequaram às novas demandas e dinâmicas sociais. Deste modo, começaram a oferecer produtos e serviços personalizados que tem com foco único a pessoa que morreu, refletindo todo o aspecto da vida do indivíduo e de sua personalidade, influenciando na lógica da individualização.

Como os “Grupos” são empresas completas, que agregam vários empreendimentos fúnebres para dar conta de todo o processo do morrer: o antes, o durante e o depois; o segmento funerário reflete a lógica prática da sociedade contemporânea na medida em que agora as famílias só precisam fazer uma ligação para que todos os serviços fúnebres sejam realizados e o cadáver possa ser reverenciado, sem que para isto seja necessário se preocupar com os detalhes do funeral.

Todavia, a atuação do segmento empresarial no ramo da morte é, sem dúvida, *sui generis*, pois, mesmo sendo uma empresa como outra qualquer (com diretores, funcionários, produtos, clientes, etc.), trabalha com “produtos não procurados”, isto é, a morte. Há, portanto, toda uma estrutura peculiar para ofertá-los, que é acionada por meio dos executivos de vendas, dos agentes fúnebres, das assistentes sociais e de outros funcionários que fazem parte dessas organizações empresariais. E, naturalmente, por trás de todo esse aparato mercadológico existem códigos culturais, próprios a cada grupo social, o que torna peculiar esse tipo de experiência.

É importante lembrar que os “Grupos”, mesmo contribuindo para o processo de interdição e ocultamento da morte e dos mortos, não corroboram para o desaparecimento dos signos e vestígios da morte na sociedade contemporânea, pois se assim o fizessem, perderiam suas funções. Mesmo evitando algumas referências à morte e aos mortos e utilizando-se de um vocabulário que substitui algumas terminologias fúnebres, divulgam a morte e o morrer nos meios de comunicação de massa, através de suas peças publicitárias e realizam eventos com a finalidade de manter os mortos sempre presentes na lembrança e na memória dos vivos.

Conforme o leitor pode observar, todas essas situações analisadas revelam que uma nova cultura funerária tem surgido na contemporaneidade, embora esteja em constante processo de mudança e de expansão, especialmente no caso estudado. Nesse novo tipo de experiência, o consumo se apresenta como ferramenta essencial, mas é o morto o atrativo que deve comandar a cadeia produtiva da demanda, através dos sistemas de objetos funerários ofertados.

Com efeito, o trabalho partiu de algumas hipóteses para tentar entender o fenômeno do consumo de produtos e serviços funerários das empresas particulares: a praticidade e a comodidade atreladas a esses serviços, o receio de ser sepultado em cova rasa nos cemitérios públicos, o temor de que o corpo morto não possa sequer ser lembrado ou cuidado e a possibilidade de se distinguir socialmente através dos gastos com os funerais, compreendendo notadamente o velório, ritual de sociabilidade e parte mais teatralizante da cerimônia.

Convém notar ainda que os consumidores fúnebres utilizam o consumo para se distinguir socialmente, como sugere este trabalho. Assim, os gastos com um funeral refletem o poder aquisitivo de cada família, pois no imaginário de alguns entrevistados, um funeral custoso está relacionado ao *status* financeiro e a importância dada ao morto, inclusive afetuosa. É ali onde se mede a capacidade e o poder socioeconômico da família ou do morto, o número de pessoas, a importância social de alguns presentes, a quantidade de coroas, a qualidade das flores, o tipo de féretro, os objetos mortuários, enfim, todos os aparatos adicionais utilizados numa cerimônia dessa natureza. Percebeu-se também que o consumo está atrelado à praticidade e à comodidade que estes tipos de produtos e serviços oferecem ao consumidor, pois com a prevenção é possível gerenciar o próprio funeral, escolhendo os tipos de produtos e serviços mais adequados às suas necessidades culturais, religiosas e econômicas.

Entretanto, há outros fatores que estão relacionados aos códigos culturais e sociais de cada grupo, já que a utilidade e a funcionalidade de alguns objetos estão intimamente ligadas aos códigos prescritos pela sociedade (SAHLINS, 2003a, p. 205). Nesse contexto, percebeu-

se também que o consumo de produtos e serviços fúnebres se coaduna com outras noções presentes na sociedade e na cultura contemporânea, tais como a noção de corpo e de reciprocidade.

Portanto, o consumo fúnebre está também atrelado ao significado e ao sentido de uma “boa morte” ou de uma “morte digna”. A ineficiência da gestão da morte pelo serviço público é motivo para a adesão de muitos dos entrevistados à empresa privada.

Poderíamos aqui também indagar sobre qual o impacto e quais as consequências que essas mudanças no cenário funerário têm acarretado no âmbito do comportamento e do sistema de valores dos indivíduos. Entretanto, tais questões não caberão ser discutidas neste momento, pois o que a pesquisa pretendeu analisar foram apenas as práticas de consumo e as dinâmicas do mercado funerário. A partir deste campo o que se constata é que a nova cultura fúnebre está baseada numa nova estrutura: a do consumo, mas sem deixar de lado a correlação e a manutenção do vínculo existente entre os vivos e os mortos, característica da sociedade brasileira.

Porém, sabemos que como o consumo fúnebre é hoje uma realidade em constante crescimento e modificação, outras discussões poderão surgir mais adiante, tais como as reflexões sobre quais os rumos e limites do gerenciamento sobre o morrer e sobre o processo de negociação antecipada dos funerais. São questões importantes que motivarão certamente uma próxima discussão.

Em todo caso, não podemos esquecer que o sistema de morte, a maneira como morremos, como sepultamos e lidamos com os nossos mortos revela muito o modo como vivemos. Afinal, é a lógica da vida que pauta a lógica da morte e, por isso mesmo, toda sociedade pode ser medida e avaliada pelo seu sistema de morte. Por fim, é a partir do tratamento dado ao morto que passamos a melhor conhecer e entender as dinâmicas socioculturais e, sobretudo, o mundo dos vivos. Foi esta, em última instância, uma das premissas que norteou este trabalho.

Fontes e Bibliografias

Fontes impressas

1. Matérias de Jornais

Adeus a Vera Arruda. **Gazeta de Alagoas**, Alagoas. nº 136, ano LXX, 1º pág. 01 ago. 2004, p. 01.

Cemitérios de Maceió estão com capacidade esgotada. **Gazeta de Alagoas**, Alagoas, 17 out. 2002, p. 01.

Construção do Parque das Flores começa esta semana. **Gazeta de Alagoas**. Alagoas, nº 11, ano XXXIX, 11 mar. 1973, s/p.

Corpos podem estar sendo desenterrados antes do prazo. **Gazeta de Alagoas**, Alagoas, 27 fev. 2003. Disponível em: <<http://gazetaweb.globo.com/gazeta/Frame.php?f=1998.php>>. Acesso em: 28 ago. 2008.

Coveiros ameaçam fechar cemitério São José. **Gazeta de Alagoas**, Alagoas, 11 mar. 2003. Disponível em: <<http://gazetaweb.globo.com/gazeta/Frame.php?f=1998.php>>. Acesso em: 28 ago. 2008.

Decida-se agora pelo Parque das Flores. Depois, preocupe-se apenas com a vida. **Gazeta de Alagoas**. Alagoas, nº 234, ano XXXIX, 1º Caderno, 11 dez. 1973, p. 04.

Enterro pode custar até R\$ 11 mil. **Jornal da Cidade**. Sergipe. 11 jun. 2006. Disponível em: <<http://www.funerariaonline.com.br/News/Default.asp?idnews=5007>>. Acesso em: 17 mar. 2009.

Falta de espaços nos cemitérios é o grande problema de Maceió. **Gazeta de Alagoas**, Alagoas, nº 168, ano XXXIX, 1º Caderno, 20 set. 1973, p. 03.

FARIAS, Felipe. Detalhes fazem a diferença no valor do serviço. **Gazeta de Alagoas**. Alagoas, 05 dez. 2004. Caderno Cidades. Disponível em: <http://gazetaweb.globo.com/v2/gazetadealagoas/texto_completo.php?cod=59934&ass=11&data=2004-12-05>. Acesso em: 17 mar. 2009.

Funcionários fecham cemitério e ameaçam parar contra demissão. **Gazeta de Alagoas**, Alagoas, 08 mar. 2003. Disponível em: <<http://gazetaweb.globo.com/gazeta/Frame.php?f=1998.php>>. Acesso em: 28 ago. 2008.

Homenagem com música e exposições. **Gazeta de Alagoas**, Alagoas. nº 607, ano LXIII, Cidades, 03 nov. 2007, p. A 13.

Jornalista denuncia violação de sepultura em cemitério municipal. **Gazeta de Alagoas**, Alagoas, 09 nov. 2003. Disponível em: <<http://gazetaweb.globo.com/gazeta/Frame.php?f=1998.php>>. Acesso em: 28 ago. 2008.

Multidão vai ao Parque das Flores lembrar seus mortos. **Gazeta de Alagoas**, Alagoas. nº 214, ano LXVII, Geral, 03 nov. 2001, p. A 06.

O Parque das Flores está totalmente concluído. Vá ver como se acaba com um preconceito. **Gazeta de Alagoas**. Alagoas, nº 222, ano XXXIX, Caderno B, 25 nov. 1973, p. 01.

Ossada desaparece de cemitério público. **Gazeta de Alagoas**, Alagoas, nº 585, ano LXXIII, Polícia, 16 jun. 2007, p. A 16.

Parque das Flores aumenta vendas com prestações de Cr\$ 52,50. **Gazeta de Alagoas**, Alagoas, nº 239, ano XXXIX, 1º Caderno, 16 dez. 1973, p. 03.

Parque das flores tem vaga até demais. **Gazeta de Alagoas**. Alagoas, Caderno B, 21 set. 1975, p. 01.

Parque das Flores: A realização de um conceito. **Gazeta de Alagoas**. Alagoas, nº 222, ano XXXIX, 19º Caderno, 25 nov. 1973, p. 03.

População denuncia roubos em mausoléus no cemitério do Trapiche. **Gazeta de Alagoas**, Alagoas, 22 jun. 2003. Disponível em: <<http://gazetaweb.globo.com/gazeta/Frame.php?f=1998.php>>. Acesso em: 28 ago. 2008.

Presos acusados do furto de peças de metal em cemitério. **Gazeta de Alagoas**, Alagoas, 03 out. 2003. Disponível em: <<http://gazetaweb.globo.com/gazeta/Frame.php?f=1998.php>>. Acesso em: 28 ago. 2008.

Sampaio e Afrânio entregam Parque das Flores à população maceioense. **Gazeta de Alagoas**. Alagoas, ano XXXIX, 15 nov. 1973, s/p.

Se você está disposto a ler sem preconceito, nós vamos lhe falar sobre o Parque das Flores. **Gazeta de Alagoas**. Alagoas, nº 216, ano XXXIX, 1º Caderno, 18 nov. 1973, p. 05.

2. Documentos

ALAGOAS. Regulamento de 20 de julho de 1870. Arquivo Público Estadual de Alagoas

BRASIL. Código Penal Brasileiro. Artigos 210 e 211.

CONTRATO DE PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE ASSISTÊNCIA FUNERAL PLANO PRÉ-VIDA.

DIÁRIO OFICIAL MACEIÓ. Decreto nº 910 de 22 de maio de 1973. Prefeitura Municipal de Maceió. Poder Executivo Municipal. 23 de maio de 1973. Arquivo Público Estadual de Alagoas.

INFORMATIVO DO GRUPO PARQUE DAS FLORES. InFamília. Ano V, nº 03, agosto de 2007.

INFORMATIVO DO GRUPO PARQUE DAS FLORES. **InFamília.** Ano IV, n.º 03, novembro de 2006.

INFORMATIVO DO GRUPO PARQUE DAS FLORES. **InFamília.** Ano IV, nº 03, novembro de 2006.

INFORMATIVO DO GRUPO PARQUE DAS FLORES. **InFamília.** Ano IV, nº 07, agosto de 2006.

INFORMATIVO DO GRUPO PARQUE DAS FLORES. **InFamília.** Ano V, nº 04, novembro de 2007.

INFORMATIVO DO GRUPO PARQUE DAS FLORES. **InFamília.** Ano VI, nº 02, agosto de 2008

INFORMATIVO DO GRUPO PARQUE DAS FLORES. **InFamília.** Ano VI, nº 03, de novembro de 2008.

INSTITUTO HISTÓRICO GEOGRÁFICO ALAGOANO. **Testamento de José Maria Cortez: 09/08/1869**, 02 fls, doc. 00576, caixa 08.

MACEIÓ. **Código de Postura da Câmara de Maceió.** Lei nº 32, de 03 de dezembro de 1845, Secção I, Título I, “Saúde pública”. Arquivo Público Estadual de Alagoas.

3. Sites consultados

<http://coracaodeluto.com.br>. Acesso em: 01 mar. 2008.

http://www.mountauburn.org/national_landmark/architecture.cfm. Acesso em: 05 abr. 2008.

http://www.ohlsdorf-photos.de/Inf_Frz.htm. Acesso em: 05 abr. 2008.

<http://www.pere-lachaise.com>. Acesso em: 05 abr. 2008

<http://www.valedospinheirais.com.br/jazigos.htm>. Acesso em: 24 abr. 2008.

<http://www.sincep.com.br>. Acesso em: 28 abr. 2008.

<http://www.memorialcemiterio.com.br/>. Acesso em: 30 abr. 2008.

<http://www.nfda.org/files/CodeofConduct.pdf>. Acesso em: 05 mai. 2008.

<http://casketgallery.com/caskets.phtml>. Acesso em 10 mai. 2008.

<http://www.newcastlefuneralhome.com/index.html>. Acesso em: 10 mai. 2008.

- <http://www.youtube.com/watch?v=q6jMA8J-Eu0>. Acesso em: 10 mai. 2008.
- <http://www.youtube.com/watch?v=4nmSnI24Rec>. Acesso em: 10 mai. 2008.
- <http://www.youtube.com/watch?v=58vVYB2m3YE>. Acesso em: 10 mai. 2008.
- <http://www.youtube.com/watch?v=wavZwumxnk0>. Acesso em: 10 mai. 2008.
- http://www.youtube.com/watch?v=_9dxwdRSQnY. Acesso em: 10 mai. 2008.
- http://www.youtube.com/watch?v=qpSidI500Pk&feature=PlayList&p=F1323848A6AF1A47&playnext=1&playnext_from=PL&index=11. Acesso em: 10 mai. 2008.
- <http://www.youtube.com/watch?v=x2yLJr-5Cqc>. Acesso em: 10 mai. 2008.
- <http://www.funear.com.br>. Acesso em 22 mai. 2008.
- <http://www.tanatus.com.br/Default.aspx>. Acesso em 22 mai. 2008.
- <http://www.crazycoffins.co.uk/index.html>. Acesso em 22 mai. 2008.
- <http://www.vidstone.com>. Acesso em 27 mai. 2008.
- http://www.ecopod.co.uk/index_32.php. Acesso em: 04 abr. 2008.
- <http://www.funeralhome.com.br/servicos.htm>. Acesso em: 11 abr. 2008.
- http://www.grupovila.com.br/velorio_virtual/. Acesso em: 20 abr. 2008.
- http://www.urbam.com.br/php/velorio_virtual.php. Acesso em: 20 abr. 2008.
- <http://www.cofanifunebri.com>. Acesso em: 05 mai. 2008.
- <http://www.funerariaonline.com.br>. Acesso em 05 abr. 2008.
- <http://grupoparque.com.br>. Acesso em: 03 mai 2006.
- <http://granulito.mte.gov.br/cbosite/pages/home.jsf>. Acesso em: 28 mai. 2008.
- http://www.protanato.com.br/site/index.php?option=com_content&task=view&id=30&Itemid=34. Acesso em: 03 jun. 2008.
- <http://tanatus.com.br>. Acesso em: 05 abr. 2008.
- http://www.grupovila.com.br/psicologia_do_luto/servico/. Acesso em 20 abr. 2008)
- http://www.grupovila.com.br/empreendimentos/natal_rn/cemiterio_parque_da_passagem/. Acesso em: 20 abr. 2008.
- http://www.abep.org/codigosguias/Criterio_Brasil_2008.pdf. Acesso em: 10 abr. 2008.

4. Bibliografias

- ARAÚJO, Alceu Maynard. **Folclore Nacional.** Ritos, sabença, linguagens, artes e técnicas. Vol. 3. São Paulo: Melhoramentos, 1964.
- ARIÈS, Philippe. **História da Morte no Ocidente.** Rio de Janeiro: Ediouro, 2003.
- _____. **O homem perante a morte - I.** 2^a Ed. Portugal: Publicações Europa-América Ltda. 2000.
- _____. **O homem diante da morte.** Rio de Janeiro: F. Alves, 1990.
- AUGÉ, Marc e VERDIÉ, M. **La mort, le moi et nous.** Paris: Ed. Textuel, 1995.
- AUZELLE, Robert. **Denières Demeures.** Conception, composition, realization du cimetière contemporain. Paris: Mazarine, 1965.
- BACQUÉ, Marie-Frédérique. **Mourir aujourd’hui.** Les nouveaux rites funéraires. Paris : Odile Jacob Éd., 1997.
- BARRAU, Annick. **Socio-Économie de la Mort.** De la prévoyance aux fleurs de cimetière. Paris: L'Harmattan, 1992.
- BATISTA, Henrique Sérgio de Araújo. **Assim na morte como na vida:** arte e sociedade no cemitério São João Batista (1866-1915). Fortaleza: Museu do Ceará, 2002.
- BAUDRILLARD, Jean. **A troca simbólica e a morte.** São Paulo: Loyola, 1996.
- BENDANN, Effie. **Death Customs:** an analytical study of burial rites. New York: Knopf, 1930.
- BERGER, Arthu *et al.* (eds.). **Perspectives on Death and Dying:** Cross-cultural and Multi-disciplinary Views. Philadelphia: Charles Press, 1989.
- BERTRAND, Frédéric. **Politiques de la mort, politiques urbaines.** Évolutions et enjeux. DEA de projet architectural et urbaines: École de Paris-Belleville, 1994.
- BORGES, Maria Elizia. A estatuária funerária no Brasil. Representação iconográfica da morte burguesa. In: **Revista Brasileira de Sociologia da Emoção.** vol. 3, nº 08, João Pessoa, Agosto de 2004. p. 252-267.
- BOURDIEU, Pierre. **O poder da crença:** contribuição para uma economia dos bens simbólicos. 3^a Ed. Porto Alegre, RS: Zouk, 2006.
- BOWMAN, Le Roy Edward. **The American Funeral:** A Study in Guilt, Extravagance and Sublimity. Washington DC: Public Affairs Press, 1959.
- BOWKER, John. **The Meaning of Death.** Cambridge: Cambridge University Press, 1991.

- BUNTING, C. **The Happy Funeral.** New York: Haper and Row, 1982.
- CAHIER DE SAINT-MAXIMIN, COLLÈGE D'ECHANGES CONTEMPORAINS. **La mort Aujourd'hui.** Marseille: Editions Rivages, 1974.
- CAMPBELL, Collin. O consumidor artesão: cultura, artesanía e consumo em uma sociedade pós-moderna. In: **Antropolítica.** Niterói, nº 17, 2º semestre, 2004, p. 45-67.
- CARDOSO, Ruth C. L. Aventuras de antropólogos em campo ou como escapar das armadilhas do método. In: CARDOSO, Ruth C. L. (org.) **A aventura antropológica.** Teoria e Pesquisa. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1986. p. 95-105.
- CATROGA, Fernando. Recordar e comemorar. A raiz tanatológica dos ritos comemorativos. In: **Mimesis.** nº 02, vol. 23, Bauru: EDUSC, 2002. p. 13-47
- _____. **O céu da memória:** cemitério romântico e memória. Coimbra: Minerva, 1999.
- _____. Cremação na época contemporânea e dessacralização da morte: o caso português. In: **Revista de História das Idéias.** Coimbra, vol. 8, 1986, p. 223-262.
- CASCUDO, Luís da Câmara. (1898). **Tradição, ciência do povo pesquisas na cultura popular do Brasil.** São Paulo: Perspectiva, 1971.
- CEDEROTH Sven *et al.* (orgs.). **On the meaning of death.** Essays on mortuary rituals and eschatological belief. Stockholm: Almqvist et Wiksell, 1989.
- CÉSAR, Getúlio. **Crendices:** suas origens e classificação. Rio de Janeiro: Ministério da Educação e Cultura. Departamento de Assuntos Culturais, 1975.
- CHAMORRO, A. **Marketing Ecológico; sí marketing ecológico.** Buenos Aires: Universidad de Extremadura, 2001.
- CHARMAZ, Kathy. **The Social Reality of Death in Contemporary America.** Reading, MS: Addison-Wesley, 1980.
- CLARK, David. **The Sociology of Death:** Theory, culture, practice. Oxford: Blackwell, 1993.
- COLVIN, Howard. **Architecture and the After-life.** New Haven/London: Yale University Press, 1991.
- CONCONE, Maria Helena Villas Boas. O “vestibular” de anatomia. In: MARTINS, José de Souza (org.). **A morte e os mortos na sociedade brasileira.** São Paulo: Hucitec, 1983, p. 25-37.
- CONSORTE, Josildeth. A morte na prática médica. In: MARTINS, José de Souza (org.). **A morte e os mortos na sociedade brasileira.** São Paulo: Hucitec, 1983. p. 38-57.
- CUNHA, Manuela Carneiro da. **Os Mortos e os Outros.** Uma Análise do Sistema Funerário e a Noção de Pessoal entre os Índios Krahó. São Paulo: Hucitec, 1978.

CYMBALISTA, Renato. **Cidade dos vivos:** arquitetura e atitudes perante a morte nos cemitérios do Estado de São Paulo. São Paulo: Annablume: FAPESP, 2002.

DaMATTA, Roberto da. Morte: a morte nas sociedades relacionais: reflexões a partir do caso brasileiro. In: _____. **A casa e a rua.** Espaço, cidadania, mulher e morte no Brasil. São Paulo: Brasiliense, 1985.

_____. O trabalho de campo como um rito de passagem. In: _____. **Relativizando:** uma introdução a antropologia social. Rio de Janeiro: Rocco, 1987, p. 150-173.

DAVIES, Douglas. **Death, Ritual and Belief.** London: Cassell, 1997.

DÉCHAUX, Jean-Hugues. **Le souvenir des morts.** Essai sur le lien de filiation. Paris: PUF, 1997.

DIAS, Sérgio Roberto (org.). **Gestão de Marketing.** São Paulo: Saraiva, 2005.

DOUCET, Louis. **La foire aux cadavres.** Paris : Denoël, 1974.

DOUGLAS, Mary e ISHERWOOD, Baron. **O mundo dos bens.** Para uma antropologia do consumo. Rio de Janeiro: UFRJ, 2004.

DROZ, Yvan. **La Violence et les Morts.** Eclairage anthropologique sur les rites funéraires, Paris: Georg Editeur, 2003.

DURHAM, Eunice. Família e casamento. In: **Anais do Terceiro Encontro Nacional de Estudos Popacionais.** ABEP, São Paulo: 1982.

DURKHEIM, Émile. **As formas elementares da vida religiosa:** o sistema totêmico na Austrália. (coleções tópicos) São Paulo: Martins Fontes, 1996, p. 425-455.

ELIADE, Mircea. **O sagrado e o profano.** São Paulo: Martins Fontes, 1992.

ELIAS, Norbert. **A solidão dos moribundos,** seguido de: envelhecer e morrer. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Edit, 2001.

_____. **O processo civilizador:** Uma história dos costumes. vol. 1, Rio de Janeiro: Zahar, 1994.

ÉTUDES SUR LA MORT. **Revue de la Société de Thanatologie** (Le Cadavre). Paris: L'Esprit du Temps, nº 129, 2006.

ÉTUDES SUR LA MORT. **Revue de la Société de Thanatologie** (Au-delá da la Mort). Paris: L'Esprit du Temps, nº 128, 2005.

ÉTUDES SUR LA MORT. **Revue de la Société de Thanatologie** (Le Deuil Après Suicide). Paris: L'Esprit du Temps, nº 127, 2005.

ÉTUDES SUR LA MORT. **Revue de la Société de Thanatologie** (Le Monde des Funérailles). Paris: L'Esprit du Temps, nº 125, 2004.

ÉTUDES SUR LA MORT. Revue de la Société de Thanatologie (Mourir Âgé en Institution). Paris: L'Esprit du Temps, nº 126, 2004.

ÉTUDES SUR LA MORT. Revue de la Société de Thanatologie (Mort Biologique, Mort Cosmique). Paris: L'Esprit du Temps, nº 124, 2003.

ÉTUDES SUR LA MORT. Revue de la Société de Thanatologie (L'Avenir de la Mort). Paris : L'Esprit du Temps, nº 121, 2002.

ÉTUDES SUR LA MORT. Revue de la Société de Thanatologie (Mort et Exclusion). Paris: L'Esprit du Temps, nº 122, 2002.

ÉTUDES SUR LA MORT. Revue de la Société de Thanatologie (L'Euthanasie). Paris : L'Esprit du Temps, nº 120, 2001.

ÉTUDES SUR LA MORT. Revue de la Société de Thanatologie (Les Deuils D'Enfants, de la conception à la naissance). Paris: L'Esprit du Temps, nº 119, 2001.

ÉTUDES SUR LA MORT. Revue de la Société de Thanatologie (Les Fins du Monde). Paris : L'Esprit du Temps, nº 117, 2000.

FARRELL, J. J. **Investing the American way of death:** 1830-1920. Philadelphia: Temple University Presss, 1980.

FEIFEL, H. **News Meanings of Death.** New York: McGraw-Hill, 1977.

FEINSTEIN, David e MAYO, Peg Elliott. **Rituals for Living and Dying.** San Francisco: Haper and Row, 1990.

FERREIRA, Letícia Carvalho de Mesquita. **Dos Autos da Cova Rasa.** A identificação de corpos não-identificados no Instituto Médico-Legal do Rio de Janeiro, 1942-1960. Dissertação (Mestrado em Antropologia Social) – Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2007.

FINUCANE, Ronald. C. **Ghost:** Appearances of the Death& Cultural Transformation. New York: Prometheus Books, 1996.

FOUCAULT, Michel. O nascimento da medicina social. In: _____. **Microfísica do Poder.** Rio de Janeiro: Edições Graal, 1979a. p. 46-56.

FOUCAULT, Michel. O nascimento do Hospital. In. _____. **Microfísica do Poder.** Rio de Janeiro: Edições Graal, 1979b. p. 57-64.

FRANÇA, Genival Veloso de. Tanatologia Médico-legal. In: _____. **Medicina Legal.** 7^a edição. Rio de Janeiro: Edit. Nova Guanabara, 2004.

FREIRE, Milena Carvalho Bezerra. **O som do silêncio:** a angústia social que encobre o luto – um estudo sobre isolamento e sociabilidade entre enlutados do cemitério Morada da Paz (Natal/RN). Dissertação (Mestrado em Ciências Sociais) – Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Rio Grande do Norte, 2005.

- FREYRE, Gilberto. Introdução à segunda edição. In: _____. **Sobrados e Mucambos**. 10^a Ed. Rio de Janeiro: Record, 1998, p. LVIII-CXIII.
- GEERTZ, Clifford. **A Interpretação das culturas**. Rio de Janeiro: LTC, 1989.
- GITTINGS, Clare. **Death, burial and the individual in early modern England**. London: Routledge, 1988.
- GOMES, Laura Graziela e BARBOSA, Lívia. Dossiê: Por uma Antropologia do Consumo. In: **Antropolítica**. Niterói, nº 17, 2º semestre, 2004, p. 11-20.
- GORER, Geoffrey. **Death, Grief, and mourning in contemporary britain**. London, The Cresst Press, 1965.
- GUTHKE, Karl S. **The Gender of Death**. Cambridge: Universty Press, 1999.
- HABENSTEIN, Robert W. e LAMERS, William M. **The History of American Funeral Directing**. Milwaukee: Bulfin, 1962.
- HALLAN, Elizabeth *et al.* **Beyond the Body: Death and Social Identity**. London: Routledge, 1999.
- HARMER, Rurth Mulvey. **The high cost of dying**. New York: Collier, 1963.
- HERTZ, Robert. **Death and Right Hand**. London: Cohen and West, 1960.
- HINTERMEYER, Pascal. **Politiques de la Mort**. Paris : Payot, 1981.
- HOCKEY, Jennifer L. **Experiences of Death: An Anthropological Account**. Edinburgh: University Press, 1990.
- HOWARTH, Glennys e JUPP, Peter C. **Contemporary Issues in the Sociology of Death and Dying**. London: Macmillan, 1996.
- HOWARTH, Glennys. **Last Rites: The Work of the Modern Funeral Director**. Amityville, New York: Baywood, 1996.
- HUMPHREYS, S. C. **The family, women and death**. Comparative studies. Ann Arbor: University of Michigan Press, 1983.
- HUNTINGTON Richard e METCALF, Peter. **Celebration of Death. The Antropology of Mortuary Rituals**. London: Cambridge University Press, 1979.
- IRISH, Donald P. *et al.* **Ethnics Variations in Dying, Death and Grief: Diversity in University**. Washington, DC: Taylor &Francis, 1993.
- JACKSON, Charles O. **Passing: The Vision of Death in America**, Westport, CT: Greenwood Press, 1977.

JAGGAR, Alisson M. Amor e conhecimento: a emoção na epistemologia feminista. In: JAGGAR, Alisson M.; BORDO, Susan R. **Coleção Gênero: gênero, corpo e conhecimento**. Rio de Janeiro: Record: Rosa dos Tempos, 1997, p. 157-185.

JONES, Barbara. **Design for Death**. Indianapolis: Bobbs-Meril, 1967.

JUPP, Peter C. e GITTINGS, Clare. **Death in England: an illustrated history**. Manchester: University Press, 1999.

JUPP, Peter C. **From dust to Ashes: the replacement of burial by cremation in England, 1840-1967**. London: The Congregation Memorial Hall Trust, 1990.

KASTENBAUM, Robert e KASTENBAUM, Beatrice. **Encyclopedia of Death**. Phoenix Arizona: Oryx Press, 1989.

KEARL, Michael C. **Endings: A Sociology of Death and Dying**. New York: Oxford University Press, 1989.

KOTLER, Phillip e ARMSTRONG, Gary. **Princípios de Marketing**. 9^a Ed., São Paulo: Prentice Hall, 2003.

KUBLER-ROSS, Elizabeth. **Sobre a morte e o morrer**: o que os doentes terminais têm para ensinar a médicos, enfermeiras, religiosos e aos seus próprios parentes. 8^a ed. São Paulo: Martins Fontes, 1998.

LAQUEUR, Thomas. Bodies, death, and pauper funerals. In: **Representations**. 1, fev. 1983, p. 109-131.

LE BRETON, David. **Adeus ao corpo**: Antropologia e sociedade. Campinas, SP: Papirus, 2003.

LEIRIS, Michel. **A África fantasma**. São Paulo: CosacNaify, 2007.

LÉVI-STRAUSS, Claude. **Tristes Trópicos**. Lisboa: Edições 70, 2008.

_____. Introdução à obra de Marcel Mauss. In: MAUSS, Marcel. **Sociologia e Antropologia**, São Paulo: Cosac Naify, 2003. p. 11-46.

LIMA Jr., Félix de. **Cemitérios de Maceió**. Secretaria de Educação e Cultura, Departamento de Ciências e Cultura do Estado de Alagoas, Maceió, s/d.

_____. **Irmandades**. Secretaria de Educação e Cultura, Departamento de Ciências e Cultura do Estado de Alagoas, Maceió, 1970.

LIMA, Isabela Andrade de. **Negociando Identidades**: Os fatores políticos e a re-significação da identidade judaica. O caso da comunidade judaica de Pernambuco. Dissertação (Mestrado em Antropologia) – Universidade Federal de Pernambuco, Pernambuco, 2005.

LIMA, Renata Andrade de. **Ecomarketing**: Uma mudança de comportamento. Monografia (Especialização em Administração com Ênfase em Marketing) – Universidade Federal Rural de Pernambuco, Pernambuco, 2003.

MALINOWSKI, Bronislaw. **Magia, ciência e religião**. Lisboa: Edições 70, 1984.

MARTIN-FUGIER, Anne. Os ritos da vida privada. In: PERROT, Michelle (org.) **História da vida privada, 4**: da Revolução Francesa à Primeira Guerra. São Paulo: Companhia das Letras, 1991.

MARTINS, José de Souza (org.). **A morte e os mortos na sociedade brasileira**. São Paulo: Hucitec, 1983.

MAUSS, Marcel. **Sociologia e antropologia**. São Paulo: Cosac Naify, 2003.

MCCRACKEN, Grant. **Cultura e Consumo**: novas abordagens ao caráter simbólico dos bens e das atividades de consumo. Rio de Janeiro: Mauad, 2003.

MENEZES, Rachel Aisengart. **Em busca da boa morte**. Antropologia dos cuidados paliativos. Rio de Janeiro: Garamond: FIOCRUZ, 2004.

MEYER, Richard E. (org.) **Cemeteries and Gravemarkers**. Voices of American Culture. London, UMI: Research Press, 1985.

MILLIER, Daniel. Pobreza da Moralidade. In: **Antropolítica**. Niterói, nº 17, 2º semestre, 2004, p. 21-43.

MITFORD, Jessica. **The american way of death**. Revisited. New York: Vintage Books, 2000.

MOLLER, David Wendell. **Confronting Death**: Values, Institutions, and Human Mortality. New York: Oxford University Press, 1996.

MORIN, Edgar. **O Homem e a Morte**. Rio de Janeiro: Ed. Imago, 1997.

MOTTA, Antonio. **À Flor da Pedra**. Formas tumulares e processos sociais nos cemitérios brasileiros. Recife: Fundação Joaquim Nabuco/Edit. Massangana, 2008.

OLIVEIRA, Roberto Cardoso de. **O trabalho do antropólogo**. 2ª Ed., São Paulo: UNESP, 2000.

PINE, Vanderlyn R. **Caretaker of the Death**: The American Funeral Director. New York: Irvington, 1975.

PRIOR, Lindsay. **The Social Organization of Death**. Basingstoke: Macmillan, 1989.

PUCKLE, Bertram S. **Funeral Customs**: Their Origin and Development. London: Laurie, 1926.

RAGON, Michel. **L'espace de la mort.** Essai sur l'architecture, la décoration et l'urbanisme funéraires. Paris: Albin Michel, 1981.

REESINK, Mísia Lins. **Les passages obligatoires:** cosmologie catholique et mort dans Le quartier de Casa Amarela a Recife (Pernambuco – Bresil). Tese de Doctorat – École des Hautes Études en Sciences Sociales, 2003.

REIS, João José. **A morte é uma festa:** ritos fúnebres e revolta popular no Brasil do século XIX. São Paulo: Companhia das Letras, 1991.

_____. O cotidiano da morte no Brasil oitocentista. In: ALENCASTRO, Luís Felipe de. (org.) **História da vida Privada no Brasil.** Vol. 2. São Paulo: Companhia das Letras. 1997. p. 95-142.

RENN, Derek. **Life, Death and Money:** Actuaries and the Development of Social and Finacial Markets. Oxford: Blakwell, 1998.

REZENDE, Eduardo Coelho Morgado. **Cemitérios.** São Paulo: Editora Necrópolis, 2007.

_____. **Metrópole da morte, necrópole da vida:** um estudo geográfico do Cemitério da Vila Formosa. São Paulo: Carthago, 2000.

ROCHA, Everardo. Totem e consumo: um estudo antropológico de anúncios publicitários. In: **ALCEU.** vol.1, nº1, jul/dez 2000. p. 18-37.

ROCHA, Maria Aparecida Borges de Barros. **Igrejas e Cemitérios.** As transformações nas práticas de enterramentos na cidade de Cuiabá – 1850 a 1889. Dissertação (Mestrado em História) – Universidade Federal do Mato Grosso, Mato Grosso, 2001.

RODRIGUES, Cláudia. A cidade e a morte : a febre amarela e seu impacto sobre os costumes fúnebres no Rio de Janeiro (1849-50). In: **História, Ciências, Saúde.** Rio de Janeiro, Manguinhos, v. VI, n. 1, mar./ jun. 1999.

RODRIGUES, José Calos. **Tabu do corpo.** 7ª Ed. Rio de Janeiro: Editora FIOCRUZ, 2006a.

_____. **Tabu da morte.** 2ª Ed. Rio de Janeiro: Editora FIOCRUZ, 2006b.

SAHLINS, Marshall D. **Cultura e Razão Prática.** Rio de Janeiro: Jorge Zahar ed., 2003a.

_____. **Ilhas de História.** Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2003b.

SANTOS, Célia Almeida Ferreira. Os profissionais da saúde enfrentam-negam a morte. In: MARTINS, José de Souza (org.). **A morte e os mortos na sociedade brasileira.** São Paulo: Hucitec, 1983. p. 15-24.

SARAIWA, Clara. Le mort maquillé. In: **Terrain,** nº 20 - La mort, março de 1993, p. 01-12. Disponível em: <<http://terrain.revues.org/document3061.html>>.

SARTI, Cynthia A. Família e individualidade: um problema moderno. In: CARVALHO, Maria do Carmo Brant de (org.). **A família contemporânea em debate**. São Paulo: Cortez, 2000.

SCHMITT, Jean-Claude. **Os vivos e os mortos na sociedade medieval**. São Paulo: Companhia das Letras, 1999.

SCHRAMM, Fermin Roland. Morte e finitude em nossa sociedade: implicações no ensino dos cuidados paliativos. In: **Revista Brasileira de Cancerologia**. 2002. 48(1): 17-20. Disponível em: <http://www.inca.gov.br/rbc/n_48/v01/pdf/opiniao.pdf>.

SILVA, Vagner Gonçalves. **O antropólogo e sua magia**: trabalho de campo e texto etnográfico nas pesquisas antropológicas sobre religiões afro-brasileiras. 1^a Ed. São Paulo: Editora da USP, 2006.

SLOANE, David Charles. **The Last Great Necessity**: Cemeteries in American History. Baltimore: Johns Hopkins University Press, 1991.

STEWART, Garrett. **Death Sentences**: Styles, of Dying in British Fiction. Cambridge, MA: Harvard University Press, 1984.

SUDNOW, David. **La Organización Social de la Muerte**. Buenos Aires: Tiempo Contemporáneo. 1971.

THOMAS, Louis-Vincent. **Antropología de la muerte**. México: Fondo de Cultura Económica, 1993.

_____. **El Cadáver**. México: Fondo de Cultura Económica, 1989.

_____. **La muerte**. Uma lectura cultural. Paris: Press Universitaires de France, Buenos Aires: Paidós, 1991.

_____. **Mort et Pouvoir**. Paris: Payot, 1978.

_____. **Rites de Mort. Pour la paix des vivants**. Paris: Fayard, 1985.

TODD, Janet. **Gender, Art and Death**. New York: Continuum, 1993.

TURNER, Victor W. **O processo ritual**. Estrutura e anti-estrutura. Petrópolis: Vozes, 1974.

URBAIN, Jean-Didier. **L'archipel des morts**. Paris: Payot, 1989.

VALLADARES, Clarival do Prado. **Arte e sociedade nos cemitérios brasileiros**, vol. 1 e 2. Rio de Janeiro: MEC, 1972.

VAN GENNEP, Arnold. **Ritos de passagem**. Petrópolis: Vozes, 1977.

VERDERY, Katherine. **The Political Lives of Dead Bodies**. New York: Columbia University Press, 2000.

- VOVELLE, Michel. A história dos homens no espelho da morte. In: BRAET, Herman e VERBEKE, Werner (eds.). **A morte na Idade Média**. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 1996. (Ensaios de Cultura; 8). p. 11-26.
- VOVELLE, Michel. **La mort et l'Occident de 1330 à nous jours**. Paris: Gallimard, 1988.
- _____. **La Ville des Morts**: Essai sur l'Imaginaire urbain contemporain d'après les cimetières provençaux. Paris: Editions du Centre National de La Recherche Scientifique, 1983.
- _____. **Mourir autrefois**. Attitudes collectives devant la mort aux XVIIe. et XVIIIe. Siècles. Paris : Gallimard/Julliard, 1974.
- VERNON, Glenn M. **Sociology of Death**. New York: Ronald Press, 1970.
- WEINSTEIN, A. **Segmentação de mercado**. São Paulo: Atlas, 1995.
- WHITTAKER, William G. Funeral services: the industry its workforce, and labor standards. In: **Congressional Research Service**. Fevereiro, 2005, p. 01-41. Disponível em: <http://digitalcommons.ilr.cornell.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1208&context=key_workplace>.
- WOODTHORPE, Kate. My life after death: connecting the field, the findings and the feelings. In: **Anthropology Matters Journal**, 2007, vol. 9 (1), p. 1-11.
- ZAPATA, Claudia Patricia Velez. Hacia una humanización de la empresa funeraria. In: **Pensamiento y Gestión**, nº 21, Universidad del Norte, 2006, p. 93-113. Disponível em: <http://ciruelo.uninorte.edu.co/pdf/pensamiento_gestion/21/hacia_una_humanizacion_empres_a.pdf>.

Anexos

Anexo A – Termo de Consentimento Livre e Esclarecido

TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO

PESQUISA: “Pela Hora da Morte: a atuação do mercado fúnebre na transformação das representações simbólicas dos rituais e das cerimônias fúnebres”

ORIENTADOR: Antônio Carlos Motta de Lima, Universidade Federal de Pernambuco, do Programa de Pós-Graduação em Antropologia, na Av. Professor Acadêmico Hélio Ramos, 1235, Cidade Universitária, Recife – PE, CEP 50670-901, Tel.: (81) 2126.8286.

PESQUISADOR: Isabela Andrade de Lima, Universidade Federal de Pernambuco, do Programa de Pós-Graduação em Antropologia, estabelecida na Av. Jorge Montenegro Barros, 3098, Bloco A, Ap. 001, Santa Amélia, Maceió – AL, CEP: 57063-000, Tels.: (82) 3314-1714 - (82) 8828-8277.

A pesquisa trata de um estudo etnográfico pela qual se pretende compreender o mercado fúnebre tanto no que se refere ao processo de venda de produtos e serviços fúnebres do Grupo Parque das Flores, localizado na cidade de Maceió/Alagoas, quanto do consumo destes produtos e serviços por parte da sociedade alagoana. Enfoca as representações sobre o cotidiano e a mentalidade fúnebre com relação à morte, aos mortos, a atuação do mercado e as motivações para o consumo, objetivando compreender as novas atitudes coletivas perante a morte. Possibilitando assim, uma análise sobre os processos sócio-culturais e sobre a forma de como os indivíduos se relacionam com seu cotidiano e sua cultura, visto que há uma conexão entre a maneira como se vive e a maneira como se morre, então, a concepção da morte revela a concepção da vida. Alguns procedimentos de pesquisa serão utilizados, tais como: entrevistas gravadas com aparelhos gravadores de áudio, anotações em cadernos de campo e observações etnográficas. Também, sempre que necessário, utilizaremos recursos visuais (fotografias) para captar imagens, objetivando utilizá-las apenas de modo ilustrativo. Não podemos esquecer que a pesquisa que se pretende possui alguns riscos, que dizem respeito a constrangimento ou invasão de privacidade ao submeter os entrevistados a realizarem depoimentos sobre temas aos quais desejam manter certos segredos. A pesquisa não oferece benefícios imediatos aos participantes e visa contribuir para a melhor compreensão e atendimento a de suas relações com o cotidiano.

Todos os participantes da pesquisa concordarão em participar da mesma através da assinatura de um termo de consentimento livre e esclarecido após serem explicados os riscos e benefícios da pesquisa bem como o fato de que podem se retirar da pesquisa em qualquer momento e que seus nomes não serão divulgados.

TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO

Eu, _____, R.G. nº_____, venho por meio do presente termo, declarar ter sido informado(a) claramente sobre a finalidade da pesquisa acima:

- 1.) Declaro estar ciente que a pesquisa aborda as relações cotidianas, para melhor entender esta situação e descobrir caminhos que possibilite melhor compreensão do comportamento fúnebre.
- 2.) Declaro que entendo que a minha participação pode implicar em falar de intimidades sobre as quais não me sinto cômodo em falar, sabendo que posso recusar fornecer quaisquer informações em qualquer hora.
- 3.) Declaro que a presente autorização é feita a título gratuito, não sendo nada devido de ambas as partes.
- 4.) Reconheço que o núcleo de pesquisa da UFPE, neste ato, coloca ao meu dispor todas as informações sobre os métodos utilizados, a forma de acompanhamento e assistência, assim como seus responsáveis.
- 5.) Declaro que fui informado(a) que não serei identificado(a), que os riscos de impor a intimidade ou de representar apenas parcialmente as demandas de grupo são menores que os benefícios previstos para o grupo nesta participação em termos de possíveis ações a favor do coletividade.
- 6.) Declaro que entendo que em nenhum caso os dados que informo serão usados em meu prejuízo.
- 7.) Reconheço que participo livremente desta pesquisa, apenas para os fins previstos neste termo e que tenho a liberdade de recusar minha participação ou de retirar meu consentimento, em qualquer fase da pesquisa, sem penalização alguma e sem prejuízo pessoal.
- 8.) E, para todos os fins e efeitos de direito, assino este instrumento em 02 (duas) vias de igual teor e forma, na presença das testemunhas abaixo.

Maceió, _____ de _____ de _____.

Concedente Nome:
R.G. nº:

Pesquisador Nome:

Testemunha 1 Nome:

Testemunha 2 Nome:

Anexo B – Roteiro de Entrevista com Executivos de Vendas

Atuação

Nome:

Quanto tempo trabalha na área?

Como foi sua primeira experiência?

Explique como é seu trabalho?

- Como ocorre as vendas? Como se dá a abordagem?

Quais são os produtos que vende e os serviços que oferece?

Existiu e existe algum treinamento?

Teve alguma dificuldade de aceitação? (pessoal e com o público)

Como avalia hoje seu trabalho? No sentido de aceitação do público.

Histórias

Quem é seu público? (perfil, classe social, idade, situação que faz com que a pessoa adquira o produto)

Como é seu trabalho com o público?

Há ainda alguma dificuldade de aceitação? Relacione.

Como são contornadas essas dificuldades?

Houve alguma situação interessante, inesperada? (exigência familiar, não aceitação de alguns familiares)

Você acha que seu trabalho tem ajudado para uma mudança na percepção da morte e dos mortos?

Pessoal

Religião?

Como você percebe os produtos e serviços que você oferece, inclusive o cemitério? Você compraria algum produto? Com que finalidade?

Durante este tempo de trabalho você acha que houve uma mudança na forma de você perceber a morte?

PESQUISA: “Pela Hora da Morte: a atuação do mercado fúnebre na transformação das representações simbólicas dos rituais e das cerimônias fúnebres”

ORIENTADOR: Antônio Carlos Motta de Lima.

PESQUISADOR: Isabela Andrade de Lima, Universidade Federal de Pernambuco, do Programa de Pós-Graduação em Antropologia, estabelecida na Av. Jorge Montenegro Barros, 3098, Bloco A, Ap. 001, Santa Amélia, Maceió – AL, CEP: 57063-000, Tels.: (82) 3314-1714 - (82) 8828-8277.

Anexo C – Roteiro de Entrevista com Consumidores de Jazigo

A venda

Como foi o primeiro contato com o produto e/ou serviço?
 Quem foi o vendedor que lhe vendeu tal produto?
 Como foi que ele lhe abordou? O que ele falou?
 Quanto tempo demorou desde o primeiro contato até a compra? Se houve demora, saber o motivo?
 Como avalia o trabalho da equipe? (vendas, etc.)

O produto

Já conhecia o serviço?
 O que é o produto e/ou serviço que você está adquirindo?
 Por qual motivo você está adquirindo este produto e/ou serviço?
 Já utilizou outros tipos de produtos e/ou serviços (enterros em outros cemitérios)?
 Como foi a experiência?
 Qual a diferença?
 O que motivou a comprar um jazigo no Parque?
 Faz uso de outros tipos de serviços ou produtos? (plano, etc)
 Houve alguma resistência (pessoal ou familiar em adquirir tal tipo de produto)?
 Como você avalia comprar este tipo de produto?

O cemitério

O que você acha do cemitério?
 Como percebe o cemitério Parque? O que diferencia-o de outros cemitérios?
 Como avalia o trabalho da equipe? (vendas, etc)
 Você tem algum parente, conhecido que esteja sepultado lá? Onde?
 Realiza visitas ao cemitério?
 Quantas vezes você vai ao cemitério? 1x na semana, 1x no mês, 1 x no ano, outros.
 Por que das visitas? (da recorrência ou não)

Pessoais

Renda familiar? (**fazer uso do questionário**)
 Religião?
 Houve alguma mudança na percepção da morte com o processo de aquisição do produto?

PESQUISA: “Pela Hora da Morte: a atuação do mercado fúnebre na transformação das representações simbólicas dos rituais e das cerimônias fúnebres”

ORIENTADOR: Antônio Carlos Motta de Lima.

PESQUISADOR: Isabela Andrade de Lima, Universidade Federal de Pernambuco, do Programa de Pós-Graduação em Antropologia, estabelecida na Av. Jorge Montenegro Barros, 3098, Bloco A, Ap. 001, Santa Amélia, Maceió – AL, CEP: 57063-000, Tels.: (82) 3314-1714 - (82) 8828-8277.

Anexo D – Roteiro de Entrevista com Consumidores de Plano

A venda

Como foi o primeiro contato com o produto e/ou serviço?
 Quem foi o vendedor que lhe vendeu tal produto?
 Como foi que ele lhe abordou? O que ele falou?
 Quanto tempo demorou desde o primeiro contato até a compra? Se houve demora, saber o motivo?
 Como avalia o trabalho da equipe? (vendas, etc)

O produto

Já conhece o serviço?
 O que é o produto e/ou serviço que você está adquirindo?
 Por qual motivo você está adquirindo este produto e/ou serviço?
 Já utilizou outros tipos de produtos e/ou serviços (jazigos, outros planos,etc.)?
 Como foi a experiência?
 Qual a diferença?
 O que motivou a comprar um Plano?
 Já tomou conhecimento de outros tipos de produtos (PréVida)?
 O que você espera do produto?
 Você utilizaria todos os serviços que estão disponíveis? (tanatopraxia, necromaquiagem, etc.)
 Faz uso de outros tipos de serviços ou produtos?
 Houve alguma resistência (pessoal ou familiar em adquirir tal tipo de serviço)?

O cemitério

O que você acha do cemitério?
 Como percebe o cemitério Parque? O que diferencia-o de outros cemitérios?
 Qual a primeira imagem do Parque?
 Como avalia o trabalho da equipe? (vendas, etc)
 Você tem algum parente, conhecido que esteja sepultado lá? Onde?
 Realiza visitas ao cemitério?
 Quantas vezes você vai ao cemitério? 1x na semana, 1x no mês, 1 x no ano, outros.
 Por que das visitas? (da recorrência ou não)

Pessoais

Renda familiar? (**fazer uso do questionário**)
 Religião?
 Houve alguma mudança na percepção da morte com o processo de aquisição do produto?

PESQUISA: “Pela Hora da Morte: a atuação do mercado fúnebre na transformação das representações simbólicas dos rituais e das cerimônias fúnebres”
ORIENTADOR: Antônio Carlos Motta de Lima.
PESQUISADOR: Isabela Andrade de Lima, Universidade Federal de Pernambuco, do Programa de Pós-Graduação em Antropologia, estabelecida na Av. Jorge Montenegro Barros, 3098, Bloco A, Ap. 001, Santa Amélia, Maceió – AL, CEP: 57063-000, Tels.: (82) 3314-1714 - (82) 8828-8277.

Anexo E – Roteiro de Entrevista com Consumidores de Jazigo e Plano

A venda

Como foi o primeiro contato com o produto e/ou serviço?
 Quem foi o vendedor que lhe vendeu tal produto?
 Como foi que ele lhe abordou? O que ele falou?
 Quanto tempo demorou desde o primeiro contato até a compra? Se houve demora, saber o motivo?
 Como avalia o trabalho da equipe? (vendas, etc)

O produto

Como foi o primeiro contato com o produto e/ou serviço?
 Já conhecia o serviço?
 O que foi o produto e/ou serviço que você está adquirindo?
 Por qual motivo você está adquiriu este produto e/ou serviço?
 Já utilizou outros tipos de produtos e/ou serviços (jazigos, outros planos,etc.)?
 Como foi a experiência? Qual a diferença?
 O que motivou a comprar um Plano ou jazigo?
 Já tomou conhecimento de outros tipos de produtos (PréVida)?
 Houve alguma resistência (pessoal ou familiar em adquirir tal tipo de serviço)?
 Como você avaliava comprar este tipo de serviço?

O uso

Depois de efetuada a venda, com quanto tempo utilizou o produto ou serviço?
 Como foi feita a assistência? O processo de assistência e como se processou o uso?
 Atendeu as expectativas?
 Utilizou todos os serviços que estavam disponíveis? (tanatopraxia, necromaquiagem, etc.)

O cemitério

O que você acha do cemitério?
 Quantas vezes você vai ao cemitério? 1x na semana, 1x no mês, 1 x no ano, outros.
 Por que das visitas? (da recorrência ou não)
 Como percebe o cemitério Parque? O que diferencia-o de outros cemitérios?
 Qual a primeira imagem do Parque?
 Quem vai usar o jazigo? Quem está usando?
 Como avalia o trabalho da equipe? (vendas, etc)

Pessoais

Renda familiar? (**fazer uso do questionário**)
 Religião?
 Houve alguma mudança na percepção da morte com o processo de aquisição do produto?

PESQUISA: “Pela Hora da Morte: a atuação do mercado fúnebre na transformação das representações simbólicas dos rituais e das cerimônias fúnebres”

ORIENTADOR: Antônio Carlos Motta de Lima.

PESQUISADOR: Isabela Andrade de Lima, Universidade Federal de Pernambuco, do Programa de Pós-Graduação em Antropologia, estabelecida na Av. Jorge Montenegro Barros, 3098, Bloco A, Ap. 001, Santa Amélia, Maceió – AL, CEP: 57063-000, Tels.: (82) 3314-1714 - (82) 8828-8277.

Anexo F – Roteiro de Entrevista com Agentes Fúnebres

Atuação

Nome:

Como foi sua entrada no Grupo?

Como foi o início?

Teve Dificuldades?

Quais as mudanças?

Quanto tempo trabalha na área?

Explique como é seu trabalho?

Existiu e existe algum treinamento?

Teve alguma dificuldade de aceitação? (pessoal e com o público)

Como avalia hoje seu trabalho? No sentido de aceitação do público.

Histórias

Quem é seu público? (perfil, classe social, idade, situação que faz com que a pessoa adquira o produto)

Como é seu trabalho com o público?

Como é hoje a aceitação do público?

Há ainda alguma dificuldade de aceitação? Relacione.

Como são contornadas essas dificuldades?

Houve alguma situação interessante, inesperada? (exigência familiar, não aceitação de alguns familiares)

Pessoal

Como você percebe os produtos e serviços, inclusive o cemitério? Você compraria algum produto?

Com que finalidade?

Durante este tempo de trabalho você acha que houve uma mudança na forma de você perceber a morte?

PESQUISA: “Pela Hora da Morte: a atuação do mercado fúnebre na transformação das representações simbólicas dos rituais e das cerimônias fúnebres”

ORIENTADOR: Antônio Carlos Motta de Lima.

PESQUISADOR: Isabela Andrade de Lima, Universidade Federal de Pernambuco, do Programa de Pós-Graduação em Antropologia, estabelecida na Av. Jorge Montenegro Barros, 3098, Bloco A, Ap. 001, Santa Amélia, Maceió – AL, CEP: 57063-000, Tels.: (82) 3314-1714 - (82) 8828-8277.

Anexo G – Roteiro de Entrevista com os Diretores

História

Nome:

Como foi sua entrada no Grupo?

De onde partiu a ideia?

Como foi no início?

Dificuldades?

Quais as mudanças?

Como foi a aceitação do público?

Quais as estratégias utilizadas para aceitação do público no tocante aos produtos e serviços?

Como fizeram para consolidar a marca?

Qual a sua atuação na empresa?

Explique o que é efetivamente o seu trabalho?

Grupo:

Quais as empresas que fazem parte?

Quantos anos?

Quem são os funcionários?

Como se dividem?

Quais os prêmios conquistados?

Participam de capacitação? Congresso, etc.?

Mudanças

Houve alguma mudança em relação à forma como as pessoas vêem hoje o produto e o serviço?

O que é que você acha das pessoas que compram este tipo de produto/serviço?

Há ainda dificuldade na área?

Quem é o público? (perfil, classe social, idade, situação que faz com que a pessoa adquira o produto)

Você acha que seu trabalho tem ajudado para uma mudança na percepção da morte e dos mortos?

Como avalia seu trabalho?

PESQUISA: “Pela Hora da Morte: a atuação do mercado fúnebre na transformação das representações simbólicas dos rituais e das cerimônias fúnebres”

ORIENTADOR: Antônio Carlos Motta de Lima.

PESQUISADOR: Isabela Andrade de Lima, Universidade Federal de Pernambuco, do Programa de Pós-Graduação em Antropologia, estabelecida na Av. Jorge Montenegro Barros, 3098, Bloco A, Ap. 001, Santa Amélia, Maceió – AL, CEP: 57063-000, Tels.: (82) 3314-1714 - (82) 8828-8277.

Anexo H – Critério de Classificação Econômica Brasil

 ABEP associação brasileira de empresas de pesquisa	Critério de Classificação Econômica Brasil
<p>O Critério de Classificação Econômica Brasil, enfatiza sua função de estimar o poder de compra das pessoas e famílias urbanas, abandonando a pretensão de classificar a população em termos de “classe social”. A divisão de mercado definida abaixo é exclusivamente de classes econômicas.</p>	

SISTEMA DE PONTOS

Posse de itens

	Quantidade de Itens				
	0	1	2	3	4 ou +
Televisão em cores	0	1	2	3	4
Rádio	0	1	2	3	4
Banheiro	0	4	5	6	7
Automóvel	0	4	7	9	9
Empregada mensalista	0	3	4	4	4
Máquina de lavar	0	2	2	2	2
Videocassete e/ou DVD	0	2	2	2	2
Geladeira	0	4	4	4	4
Freezer (aparelho independente ou parte da geladeira duplex)	0	2	2	2	2

Grau de Instrução do chefe de família

Analfabeto / Primário incompleto	Analfabeto / Até 3 ^a . Série Fundamental	0
Primário completo / Ginásial incompleto	Até 4 ^a . Série Fundamental	1
Ginásial completo / Colegial incompleto	Fundamental completo	2
Colegial completo / Superior incompleto	Médio completo	4
Superior completo	Superior completo	8

CORTES DO CRITÉRIO BRASIL

Classe	PONTOS	TOTAL BRASIL (%)
A1	42 - 46	0,9%
A2	35 - 41	4,1%
B1	29 - 34	8,9%
B2	23 - 28	15,7%
C1	18 - 22	20,7%
C2	14 - 17	21,8%
D	8 - 13	25,4%
E	0 - 7	2,6%

PROCEDIMENTO NA COLETA DOS ITENS

É importante e necessário que o critério seja aplicado de forma uniforme e precisa. Para tanto, é fundamental atender integralmente as definições e procedimentos citados a seguir.

Para aparelhos domésticos em geral devemos:

Considerar os seguintes casos

- Bem alugado em caráter permanente
- Bem emprestado de outro domicílio há mais de 6 meses
- Bem quebrado há menos de 6 meses

Não considerar os seguintes casos

- Bem emprestado para outro domicílio há mais de 6 meses
- Bem quebrado há mais de 6 meses
- Bem alugado em caráter eventual
- Bem de propriedade de empregados ou pensionistas

Televisores

Considerar apenas os televisores em cores. Televisores de uso de empregados domésticos (declaração espontânea) só devem ser considerados caso tenha(m) sido adquirido(s) pela família empregadora.

Rádio

Considerar qualquer tipo de rádio no domicílio, mesmo que esteja incorporado a outro equipamento de som ou televisor. Rádios tipo walkman, conjunto 3 em 1 ou microsystems devem ser considerados, desde que possam sintonizar as emissoras de rádio convencionais. Não pode ser considerado o rádio de automóvel.

Banheiro

O que define o banheiro é a existência de vaso sanitário. Considerar todos os banheiros e lavabos com vaso sanitário, incluindo os de empregada, os localizados fora de casa e os da(s) suite(s). Para ser considerado, o banheiro tem que ser privativo do domicílio. Banheiros coletivos (que servem a mais de uma habitação) não devem ser considerados.

Automóvel

Não considerar táxis, vans ou pick-ups usados para fretes, ou qualquer veículo usado para atividades profissionais. Veículos de uso misto (lazer e profissional) não devem ser considerados.

Empregada doméstica

Considerar apenas os empregados mensalistas, isto é, aqueles que trabalham pelo menos 5 dias por semana, durmam ou não no emprego. Não esquecer de incluir babás, motoristas, cozinheiras, copeiras, arrumadeiras, considerando sempre os mensalistas.

Note bem: o termo "empregados mensalistas" se refere aos empregados que trabalham no domicílio de forma permanente e/ou continua, pelo menos 5 dias por semana, e não ao regime de pagamento do salário.

Máquina de Lavar

Considerar máquina de lavar roupa, somente as máquinas automáticas e/ou semi-automáticas. O tanquinho NÃO deve ser considerado.

Videocassete e/ou DVD

Verificar presença de qualquer tipo de vídeo cassete ou aparelho de DVD.

Geladeira e Freezer

No quadro de pontuação há duas linhas independentes para assinalar a posse de geladeira e freezer respectivamente. A pontuação será aplicada de forma independente:

- a) Havendo geladeira no domicílio, independente da quantidade, serão atribuídos os pontos (4) correspondentes a posse de geladeira;
- b) Se a geladeira tiver um freezer incorporado – 2º. porta – ou houver no domicílio um freezer independente serão atribuídos os pontos (2) correspondentes ao freezer.

As possibilidades são:

<u>Não possui geladeira nem freezer</u>	<u>0 pt</u>
<u>Possui geladeira simples (não duplex) e não possui freezer</u>	<u>4 pts</u>
<u>Possui geladeira de duas portas e não possui freezer</u>	<u>6 pts</u>
<u>Possui geladeira de duas portas e freezer</u>	<u>6 pts</u>
<u>Possui freezer mas não geladeira (caso raro mas aceitável)</u>	<u>2 pt</u>

OBSERVAÇÕES IMPORTANTES

Este critério foi construído para definir grandes classes que atendam às necessidades de segmentação (por poder aquisitivo) da grande maioria das empresas. Não pode, entretanto, como qualquer outro critério, satisfazer todos os usuários em todas as circunstâncias. Certamente há muitos casos em que o universo a ser pesquisado é de pessoas, digamos, com renda pessoal mensal acima de US\$ 30.000. Em casos como esse, o pesquisador deve procurar outros critérios de seleção que não o CCEB.

A outra observação é que o CCEB, como os seus antecessores, foi construído com a utilização de técnicas estatísticas que, como se sabe, sempre se baseiam em coletivos. Em uma determinada amostra, de determinado tamanho, temos uma determinada probabilidade de classificação correta, (que, esperamos, seja alta) e uma probabilidade de erro de classificação (que, esperamos, seja baixa). O que esperamos é que os casos incorretamente classificados sejam pouco numerosos, de modo a não distorcer significativamente os resultados de nossa investigação.

Nenhum critério, entretanto, tem validade sob uma análise individual. Afirmações freqüentes do tipo "...

conheço um sujeito que é obviamente classe D, mas pelo critério é classe B..." não invalidam o critério que é feito para funcionar estatisticamente. Servem, porém, para nos alertar, quando trabalhamos na análise individual, ou quase individual, de comportamentos e atitudes (entrevistas em profundidade e discussões em grupo respectivamente). Numa discussão em grupo um único caso de má classificação pode pôr a perder todo o grupo. No caso de entrevista em profundidade os prejuízos são ainda mais óbvios. Além disso, numa pesquisa qualitativa, raramente uma definição de classe exclusivamente econômica será satisfatória.

Portanto, é de fundamental importância que todo mercado tenha ciência de que o CCEB, ou qualquer outro critério econômico, não é suficiente para uma boa classificação em pesquisas qualitativas. Nesses casos deve-se obter além do CCEB, o máximo de informações (possível, viável, razoável) sobre os respondentes, incluindo então seus comportamentos de compra, preferências e interesses, lazer e hobbies e até características de personalidade.

Uma comprovação adicional da conveniência do Critério de Classificação Econômica Brasil é sua discriminação efetiva do poder de compra entre as diversas regiões brasileiras, revelando importantes diferenças entre elas.

DISTRIBUIÇÃO DA POPULAÇÃO POR REGIÃO METROPOLITANA

CLASSE	Total BRASIL	Gde. FORT	Gde. REC	Gde. SALV	Gde. BH	Gde. RJ	Gde. SP	Gde. CUR	Gde. POA	DF
A1	0,9%	1,5%	0,5%	0,4%	1,3%	0,6%	0,6%	1,6%	1,1%	2,2%
A2	4,1%	3,3%	3,2%	2,8%	3,5%	3,4%	4,5%	6,0%	4,2%	7,1%
B1	8,9%	5,9%	6,0%	4,6%	7,2%	8,3%	10,6%	11,4%	9,6%	11,5%
B2	15,7%	8,7%	8,0%	9,6%	14,3%	14,1%	19,0%	18,8%	19,4%	18,8%
C1	20,7%	11,3%	12,3%	16,1%	18,0%	23,1%	22,4%	23,9%	27,0%	17,9%
C2	21,8%	19,9%	21,8%	24,4%	21,5%	24,6%	21,5%	18,5%	18,5%	17,7%
D	25,4%	36,9%	40,7%	36,6%	31,5%	24,8%	20,7%	17,7%	18,3%	21,9%
E	2,6%	12,5%	7,5%	5,5%	2,6%	1,2%	0,7%	2,1%	1,9%	2,9%

RENDAS FAMILIARES POR CLASSES

Classe	Pontos	Renda média familiar (R\$)
A1	42 a 46	9.733
A2	35 a 41	6.564
B1	29 a 34	3.479
B2	23 a 28	2.013
C1	18 a 22	1.195
C2	14 a 17	726
D	8 a 13	485
E	0 a 7	277

Anexo I – Questionário de Critério de Classificação Econômica

Nome:

Idade:

Estado Civil: () solteiro(a) () casado(a) () viúvo(a) () outros

Quantidade de Filhos:

Grau de instrução do Chefe de família

- () Analfabeto
- () Primário incompleto
- () Primário completo
- () Ensino Fundamental incompleto
- () Ensino Fundamental completo
- () Ensino Médio Completo
- () Ensino Médio Incompleto
- () Superior Incompleto
- () Superior Completo

Tipo de Residência:

- () própria
- () alugada
- () parentes

Renda familiar

- () Acima de 7.794
- () De 4.649 a 7.793 ou mais
- () De 2.805,00 a 4.648,00
- () De 1.670,00 a 2.804,00
- () De 928,00 a 1.669,00
- () De 425,00 a 927,00
- () De 208,00 a 424,00
- () Até 207,00

Aparelhos domésticos (Informe a quantidade)

a) Televisão em cores

- () 0
- () 1
- () 2
- () 3
- () 4 ou mais

b) Rádio

(incluir qualquer tipo de rádio, mesmo que esteja incorporado a outro equipamento de som ou televisor, rádios walkman, conjunto 3 em 1 ou microsystems, exceto rádios de automóveis)

- () 0
- () 1
- () 2
- () 3
- () 4 ou mais

c) Banheiro

- () 0
- () 1
- () 2
- () 3
- () 4 ou mais

d) Automóveis

(exceto táxis, van ou pick-ups usados para fretes ou qualquer outro veículo usado para atividades profissionais ou de uso misto – lazer e profissional)

- () 0
- () 1
- () 2
- () 3
- () 4 ou mais

e) Empregados (as) domésticos (as)

(apenas empregados mensalistas, os que trabalham pelo menos 5 dias por semana, durmam ou não no emprego. Inclui-se babás, motoristas, cozinheiros, copeiros, arrumadeiras, sempre mensalistas)

() 0 () 1 () 2 () 3 () 4 ou mais

f) Aspirador de pó

(incluir os portáteis e máquinas de limpar a vapor)

() 0 () 1 () 2 () 3 () 4 ou mais

g) Máquina de Lavar

(incluir tanquinho)

() 0 () 1 () 2 () 3 () 4 ou mais

h) Vídeo cassete ou DVD

() 0 () 1 () 2 () 3 () 4 ou mais

i) Geladeira

() 0 () 1 () 2 () 3 () 4 ou mais

h) Freezer

(aparelho independente ou parte de geladeira duplex)

() 0 () 1 () 2 () 3 () 4 ou mais

Geladeiras e Freezer: possibilidades

Tipo: Simples (não duplex) e não possui freezer ()

Geladeira duas portas e não possui freezer ()

Geladeira duas portas e possui freezer ()

Freezer e não possui geladeira ()

PESQUISA: "Pela Hora da Morte: a atuação do mercado fúnebre na transformação das representações simbólicas dos rituais e das cerimônias fúnebres"

ORIENTADOR: Antônio Carlos Motta de Lima.

PESQUISADOR: Isabela Andrade de Lima, Universidade Federal de Pernambuco, do Programa de Pós-Graduação em Antropologia, estabelecida na Av. Jorge Montenegro Barros, 3098, Bloco A, Ap. 001, Santa Amélia, Maceió – AL, CEP: 57063-000, Tels.: (82) 3314-1714 - (82) 8828-8277.

Anexo J – Carta de Anuênciia enviada ao Grupo Parque das Flores



**UNIVERSIDADE FEDERAL DE PERNAMBUCO
CENTRO DE FILOSOFIA E CIÊNCIAS HUMANAS
DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS SOCIAIS
PÓS-GRADUAÇÃO EM ANTROPOLOGIA**

Ao Grupo Parque das Flores

Maceió/AL.

Solicitamos à V.S^a uma **Carta de Anuênciia do Grupo Parque das Flores**, a fim de atender às exigências do Comitê de Ética da UFPE, ref. ao Protocolo de Pesquisa nº _____ – CEP/CCS, que trata de um projeto de pesquisa intitulado: “**Pela Hora da Morte: a atuação do mercado fúnebre na transformação das representações simbólicas dos rituais e das cerimônias fúnebres**”. Esta proposta trata de analisar a atuação do mercado fúnebre tanto na venda quanto ao consumo de produtos e serviços fúnebres, objetivando identificar a transformação simbólica da organização dos rituais e das cerimônias fúnebres, indicando assim uma nova sensibilidade do viver humano na contemporaneidade. Essas informações subsidiaram tanto o debate acadêmico, assim como contribuem para o entendimento do cotidiano e da mentalidade fúnebre, possibilitando assim, uma análise sobre os processos sócio-culturais e sobre a forma de como os indivíduos se relacionam com seu cotidiano e sua cultura, visto que há uma conexão entre a maneira como se vive e a maneira como se morre, então, a concepção da morte revela a concepção da vida.

Para alcançar esses objetivos pretendemos utilizar alguns procedimentos de pesquisa, tais como: observações etnográficas (no Campo Santo Parque das Flores, na Central de Velórios, na Central de Atendimento, na Funerária São Matheus, etc.); recursos visuais (fotografias) para captar imagens objetivando utilizá-las apenas de modo ilustrativo; anotações na caderneta de campo; e entrevistas gravadas com aparelhos de áudio que serão realizadas entre profissionais do Grupo Parque (diretores, executivos de vendas, assistentes sociais, etc.) e consumidores dos produtos e serviços.

Nesta investigação empírica entre os consumidores a amostra representativa será buscada através de profissionais do Grupo Parque. Entretanto, devido à complexidade encontrada no grupo de clientes, concentraremos a amostragem apenas nos clientes que adquirem o Plano Assistencial Funerário Previ-parq, jazigos no Cemitério Campo Santo Parque das Flores (lócus da investigação empírica) e/ou fazem uso de serviços prestados pela Funerária São Matheus. Serão levadas em considerações as representações produzidas pelos consumidores e profissionais, mas também aquelas observações nas vivências etnográficas.

Essa investigação tem a ver com questões relativas aos ritos e rituais contemporâneos, considerando que estes são sempre re-significados e re-interpretados, sendo, portanto, contemporâneos, pois o que existe é uma constante recomposição das formas simbólicas adaptadas aos sucessivos e vertiginosos instantes da vida cultural, isto porque a cultura é historicamente produzida e alterada na ação, na medida em que os atores repensam criativamente seus esquemas culturais.

Considerando que a existência de profissionais e instituições envolvidas no mercado funerário é uma prática bastante antiga no Brasil, mas que a atuação do atual mercado fúnebre contribui para revelar o novo significado que a morte vem adquirindo na contemporaneidade. O objetivo geral da pesquisa é então estudar a atuação do mercado fúnebre em Alagoas como instrumento para perceber como ocorre a reavaliação simbólica dos rituais e das cerimônias fúnebres.

Com a perspectiva de iniciarmos essa atividade de pesquisa, gostaríamos de obter o referido documento deste Grupo, nos disponibilizando para maiores esclarecimentos.

Atenciosamente,

Isabela Andrade de Lima Moraes
Doutoranda do PPGA/Departº de Ciências Sociais/CFCH/UFPE

Anexo K – Carta de Anuênciam do Grupo Parque das Flores



O Grupo Parque das Flores reconhece e apóia a iniciativa da doutoranda do PPGA/Deptº de Ciências Sociais/CFCH/UFPE Isabela Andrade de Lima Morais na realização do projeto de pesquisa intitulado "Pela hora da morte: a atuação do mercado fúnebre na transformação das representações simbólicas dos rituais e das cerimônias fúnebres".

Autorizamos os procedimentos de pesquisa necessários ao desenvolvimento do projeto de pesquisa citado tais como observações etnográficas, captação de recursos visuais e entrevistas com diretores, funcionários e consumidores nas instalações do Campo Santo Parque das Flores, Central de Velórios, Funerária São Matheus e Previparq, empresas do Grupo Parque.



Cláudio Bentes

Diretor Administrativo Financeiro

Anexo L – Carta de Aprovação do Comitê de Ética em Pesquisa



**SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
UNIVERSIDADE FEDERAL DE PERNAMBUCO
Comitê de Ética em Pesquisa**

Of. N.º 014/2008 - CEP/CCS

Recife, 08 de fevereiro de 2008

Registro do SISNEP FR – 169876

CAAE – 3975.0.000.172-07

Registro CEP/CCS/UFPE Nº 403/07

Titulo: “Pela hora da morte: a atuação do mercado fúnebre na transformação das representações simbólicas dos rituais e das cerimônias fúnebres”

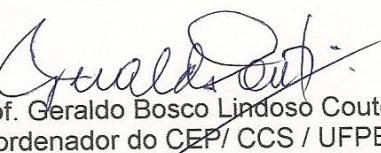
Pesquisador Responsável: Isabela Andrade de Lima Moraes

Senhora Pesquisadora:

Informamos que o Comitê de Ética em Pesquisa envolvendo seres humanos do Centro de Ciências da Saúde da Universidade Federal de Pernambuco (CEP/CCS/UFPE) registrou e analisou, de acordo com a Resolução N.º 196/96 do Conselho Nacional de Saúde, o protocolo de pesquisa em epígrafe, aprovando-o e liberando-o para início da coleta de dados em 07 de fevereiro de 2008.

Ressaltamos que o pesquisador responsável deverá apresentar relatório ao final da pesquisa (31/01/2009).

Atenciosamente


 Prof. Geraldo Bosco Lindoso Couto
 Coordenador do CEP/CCS / UFPE

A

Doutoranda Isabela Andrade de Lima Moraes
 Programa de Pós-Graduação em Antropologia – CFCH/UFPE

Anexo M – Taxas dos Cemitérios Públicos de Maceió

TIPOS DE TAXA	VALORES (R\$)
VELÓRIO	> 32,46
TIPOS DE SEPULTAMENTO	
Cova Rasa adulto para 03 anos	> 32,46
Cova Rasa infante para 03 anos	> 16,24
Mausoléu adulto.....	> 48,70
Mausoléu infante.....	> 32,46
Gaveta (Municipal) adulto para 03 anos.....	> 243,46
Gaveta (Municipal) infante para 03 anos.....	> 227,22
SERVIÇOS DIVERSOS	
Entrada e saída de ossada no Cemitério.....	> 32,46
Remoção de ossada no interior do Cemitério.....	> 16,24
Construção de Jardineira, colocação de inscrição, execução de obras de embelezamento e colocação de pedra	> 32,46
Construção de Mausoléu, Gaveta e Ossário.....	> 64,92
PRORROGAÇÃO	
Cova Rasa	> 48,70
Gaveta e Jardineira.....	> 64,92
EXUMAÇÃO	
Antes do prazo natural de decomposição.....	> 64,92
Após o vencimento natural de decomposição.....	> 97,40
ABERTURA DE SEPULTURAS	
Cova Rasa.....	> 32,46
Mausoléu, Jardineira, Gaveta e Ossário.....	> 48,70
ANUIDADE (ARRENDAMENTO OU PERPETUIDADE)	
Cova Rasa.....	> 32,46
Jardineira.....	> 48,70
Mausoléu, Gaveta e Ossário.....	> 64,92
TAXA DE EXPEDIENTE (Acrescentar ao valor total a ser pago, a Taxa de Expediente, no valor de R\$ 3,25 (três reais e vinte e cinco centavos))	> 3,25