


The publication of online obits in Portugal. Discursive analysis of digital institutional profiles

A publicação de óbitos *online* em Portugal. Análise discursiva a perfis institucionais digitais

Pedro Caldeira Pais*, Pedro Pereira Neto**

*  Escola de Sociologia e Políticas Públicas, ISCTE — Instituto Universitário de Lisboa & Centro de Investigação e Estudos de Sociologia (CIES-IUL) (pmpcp@iscte-iul.pt)

**  Ciências Sociais, ESCS-IPL (pneto@escs.ipl.pt)

Abstract

This article focuses on the discourse produced by Portuguese institutional profiles that publish obits. It is first argued that the concepts of memorial and obituary are increasingly closer, due to the possibility of users producing digital content and contributing to the discourse of mourning in these new spaces. Subsequently, an analytical model is presented with principles of Critical Discourse Analysis, applied to obituaries and other texts present on websites and Facebook pages of two obituary platforms and four local funeral homes. As the analysis is applied exclusively to the discourse produced by holders of institutional profiles on the platforms (and not by users), several conclusions are presented: the existence of a basic and aseptic obituary discourse; the intention, on the part of these profiles, to transfer the obituary narrative about the deceased to users, who in turn will have the potential to attribute meaning to the deceased's life; the existence of a euphemistic language about death, which tends to be desacralized and focused on concepts such as memory and homage; and the particularity of these spaces with regard to hybrid mortality, since the virtual identities of the deceased may be created for the first time by funeral homes, and users who comment online will probably recognize the deceased from the physical space of proximity.

Keywords: Online obituaries; Web 2.0; Discourse; Death communication.

Resumo

Este artigo debruça-se sobre o discurso produzido por perfis institucionais portugueses que publicam óbitos. Argumenta-se primeiramente que os conceitos de memorial e de obituário encontram-se cada vez mais próximos, devido à possibilidade de os utilizadores produzirem conteúdos digitais e contribuírem para o discurso de luto nestes novos espaços. Posteriormente é apresentado um modelo analítico com princípios da Análise Crítica do Discurso, aplicado aos obituários e outros textos presentes em *websites* e páginas de Facebook de duas plataformas necrológicas e quatro funerárias locais. Sendo a análise aplicada exclusivamente ao discurso produzido pelos titulares de perfis institucionais nas plataformas (e não por utilizadores), são apresentadas diversas conclusões: a existência de um discurso de obituário básico e asséptico; a intencionalidade, por parte destes perfis, de transferir a narrativa obituária sobre o morto para os utilizadores, que por sua vez terão a potencialidade de atribuir significação à vida do morto; a existência de uma linguagem eufemística sobre a morte,

tendencialmente dessacralizada e focada em conceitos como memória e homenagem; e a particularidade destes espaços no que concerne à mortalidade híbrida, já que as identidades virtuais dos falecidos poderão ser criadas pela primeira vez pelas funerárias, e os utilizadores que comentam *online* reconhecerão o falecido, provavelmente, do espaço físico da proximidade.

Palavras-chave: Obituários *online*; *Web 2.0*; Discurso; Comunicação da morte.

Introdução

Este artigo tem em conta o papel da *Web 2.0* e a promoção da participação activa do utilizador, discutindo a tendência para a aproximação entre os conceitos de obituário e memorial. Procura perceber-se como a morte é comunicada e representada por parte dos titulares de perfis institucionais no âmbito das plataformas em análise, sendo identificadas mudanças, ao longo do tempo, em conceitos relacionados com obituários, como luto ou (re)significação social, e é procurado compreender as dinâmicas discursivas nos espaços *online* onde os óbitos são publicados em Portugal. De sublinhar que apesar da possibilidade de os utilizadores poderem reagir aos obituários nos espaços em análise, este artigo foca-se apenas no discurso das instituições que os publicam.

Para a análise discursiva dos obituários e textos produzidos pelos perfis institucionais utiliza-se a Análise Crítica do Discurso, analisando-se dois tipos de plataformas portuguesas: *websites* especializados em necrologia e páginas de Facebook de funerárias locais. Ambos os espaços possuem características similares, por apresentarem quase exclusivamente publicações de óbitos e pelo facto de os utilizadores poderem reagir e comentar às mesmas; ou seja, e tendo em conta o conceito de «affordance» (Ledin e Machin, 2018), são espaços em que os recursos semióticos — imbuídos de ideias, suposições e entendimentos implícitos — se revelam relativamente similares no que respeita às funcionalidades e propósitos dos elementos. Desta forma, através destes dois tipos de plataformas são promovidos entendimentos complementares acerca do modo como a necrologia portuguesa se constitui nos dias de hoje e do papel do digital nesse campo.

Estabeleceram-se assim as seguintes perguntas de partida de forma a orientar o artigo:

- i) De que modo os obituários *online* se estabelecem como formas renovadas de necrologia, e que impacto detêm em conceitos como memorial e discurso de luto?
- ii) Como é comunicada a morte, o luto e a identidade por parte das plataformas que publicam os óbitos?

Revisão de literatura e discussão de conceitos

O memorial e o obituário na cultura ocidental

Um memorial diz respeito a um tipo de monumento ou localização comemorativa de um ou mais indivíduos falecidos com o propósito de os recordar (Veale, 2004; Phelps, 1999; Grünhagen, 2010). As lápides em cemitérios serão a forma de memorial mais comum nos dias de hoje, existindo uma ideia de persistência —

de algo muitas vezes construído com pedra, para perdurar no tempo. Estes artefactos materializam ou cristalizam desejos, medos, valores e prioridades, em espaços e tempos particulares, ou seja, são formas através das quais significados culturais e ideológicos se manifestam de modo premente (Ihde, 1990; Arnold *et al.*, 2018). O modo como os mortos são tratados, para onde são levados, que esforços são feitos para os recordar ou que rituais são seguidos, são por isso, e como demonstra Catroga (1991), um reflexo de transformações e vigências ideológicas nas sociedades, e estes aspectos — demonstrativos de coisas *abstractas*, como a «cultura» de um povo —, revelam-se particularmente relevantes para a identificação da identidade de culturas antigas e contemporâneas (Håland, 2014).

Por também poder materializar sentimentos como a tristeza, o memorial permite a continuação de algum tipo de relação entre falecidos e enlutados, ou mesmo pessoas que participam numa relação inserida numa dimensão de memória colectiva (Petersson & Wingren, 2011). É assim visto como importante para o luto individual e grupal (Santino, 2006), e para a inclusão e continuação das memórias dos falecidos, tanto de um ponto de vista familiar como numa perspectiva alargada e pública (Foot *et al.*, 2006).

Por sua vez, o digital trouxe não apenas uma nova forma de olhar para este fenómeno como de praticá-lo, criando, por um lado, espaços virtuais paralelos às próprias campas (*e.g.*, memorial num dado *website*), e, por outro, «espaços» e identidades mais deslocalizadas e imprevisíveis, como são os casos de perfis em redes sociais *online* que continuam activos após a morte (Hutchings, 2012).

O obituário sofreu alterações ao longo do tempo. A publicação moderna do óbito, em jornais ou periódicos, surgiu em Inglaterra no séc. XVIII (Fowler, 2007), servindo de modelo para a necrologia dos dias de hoje (Fergusson, 1999). No século seguinte os obituários passaram de simples anúncios para documentos com textos biográficos (ou seja, de discurso que criava uma narrativa semiótica relativamente ao indivíduo), começando a criar-se uma forma de memória colectiva (Fowler, 2007; Starck, 2008), ou seja, uma reconstrução partilhada de um determinado passado, intimamente ligada à identidade dos grupos (Halbwachs, 1952). Tal também permitiu a ligação entre obituário e classe social do morto por via da importância que a aristocracia passou a dar a este tipo de publicações (Fowler, 2007; Fergusson, 1999), o que tornou os obituários documentos sociológicos relevantes no que respeita a conceitos como poder ou *status* social. Estudando obituários irlandeses do século XIX, Fernández (2007) refere que estes serviam principalmente um propósito social e agiam como um meio através do qual as famílias podiam marcar e ostentar o seu lugar na sociedade de classes, e identifica mesmo uma correlação entre uma maior elaboração linguística e um grau mais elevado de *status* do falecido (Fernández, 2007). Neste sentido, o comprimento do texto ou mesmo a própria publicação do obituário — contrastando com a não publicação, ou seja, a ausência de visibilidade —, podem ser reveladores de dimensões de estratificação e *status* social e profissional relativamente aos falecidos e, consequentemente, à família próxima ou até mesmo comunidade envolvente (Kearl, 1987).

Já do ponto de vista dos jornais e dos editores, optar pela divulgação de um óbito pode relacionar-se com questões como a origem social do morto e a sua posição social, as suas habilitações literárias ou nacionalidade (Fowler & Bielsa, 2007), existindo uma multitude de factores que contribuem para a selecção e exclusão de indivíduos no processo necrológico. Neste sentido, podem existir desproporções entre os números reais de falecimentos de uma região e os obituários, reflectindo desconformidades sociais ao nível do género ou da etnia (Kastenbaum *et al.*, 1977; Marks & Piggee, 1998).

No que respeita à narrativa pública criada sobre a vida do morto, Fowler (2007) defende que o obituário contemporâneo — fundamental no processo de memória colectiva — recapitula o passado de um indivíduo por via de memórias resultantes da experiência única do sujeito, sendo reunidas por aqueles que estão nas suas redes de grupo íntimas, nomeadamente a família próxima. Assim, tanto se tem reflexo da vida concreta e imprevisível do indivíduo, como se revaloriza ou reconfigura uma certa visão do passado (Fowler, 2007). Isto vai ao encontro da forma como a morte, e em concreto as celebrações funerárias, são actualmente vistas no mundo ocidental, com funerais focados num discurso sobre a vida do morto (Walter, 1996; Walter, 2017); concomitantemente, como sugere Meyer (1993), os próprios espaços físicos dos cemitérios, em especial no que concerne às inscrições sepulcrais, revelam, como sugeriu Ariès (1974), a passagem do ênfase na «morte do *self*» para a ênfase moderna na «morte do outro». Igualmente, reflecte a tendência para se valorizar a identidade, o ego e a construção de significado pessoal (Giddens, 1991), o que parece diminuir a importância dos «rituais de passagem» (isto é, o caminho que o falecido *percorre* no pós-morte) e reduzir a ameaça que a morte representa contra a identidade individual e colectiva (Reimers, 1999). Ainda assim, parece existir uma justaposição de crenças seculares e religiosas de que os mortos continuam a permanecer na memória dos vivos e que, de algum modo, haverá um reencontro após a morte, apontando para a importância, mesmo que não tão definida (ou literal) como anteriormente, de significados, ou mesmo arquétipos, de cariz religioso e espiritual (Holloway *et al.*, 2018).

A introdução do digital e a ligação entre memorial e obituário, e influências no discurso de luto

No que concerne a jornais — espaços tradicionais para a publicação de óbitos —, os obituários continuam a ser publicados de modo impresso, sendo em diversos casos paralelamente publicado nos seus *websites*, normalmente sem existir aqui a possibilidade de os utilizadores poderem reagir. E no início da internet os primeiros *websites* de memoriais, designados de «cemitérios virtuais», revelavam-se espaços *online* de função paralela ao cemitério e à campa (Hutchings, 2012).

Mais tarde, com a *Web 2.0* e a possibilidade de o utilizador poder participar no processo de produção e desenvolvimento de conteúdos (Walter *et al.*, 2012), surgiram espaços necrológicos — sejam especializados ou adaptados para a necrologia, como páginas de Facebook — que se destacam dos obituários tradicionais ou mesmo dos primeiros cemitérios virtuais. Por sua vez, este aproveitamento das possibilidades de criação de conteúdo e discurso da *Web 2.0* tornou possível a ligação conceptual entre obituário e memorial: por um lado, tem-se o anúncio público da morte; por outro, um espaço *online* de reacção a essa morte, que se vem relevando cada vez mais importante na comemoração do indivíduo na contemporaneidade devido, precisamente, ao seu potencial de participação, interacção e de criação de novas comunidades (Nansen *et al.*, 2014).

Nomeadamente em redes sociais *online*, tende agora a existir uma conversão directa de perfis em memoriais (*e.g.*, “memorial” no Facebook¹), sendo integradas práticas de luto directamente nas já existentes relações

¹ No caso do Facebook, são designadas “contas memorial” — surgindo no perfil a expressão *Memorial de [nome do falecido]* —, em que família e amigos podem gerir o perfil através da partilha de memórias na cronologia; o conteúdo partilhado em vida permanece na conta, visível. Para isto ocorrer, tem de ser informado ao Facebook o óbito e a intenção de se transformar a conta num memorial. *Link* para mais informações: https://www.facebook.com/help/contact/651319028315841?locale2=pt_PT

sociais no espaço virtual (Hutchings, 2012). Tais dinâmicas resultantes deste tipo de *persistência* social possuem duas qualidades: i) são animadas, por continuarem uma interacção social por parte de entidades que morreram; ii) são temporais, tanto por se revelarem temporárias como por serem compromissos mundanos e seculares (Nansen *et al.*, 2014). O paralelismo verificado no início dos *websites* memoriais transformou-se então numa dinâmica de envolvimento social, em que a mudança e o desenvolvimento se tornaram característicos (Foot *et al.*, 2006; Kohn *et al.*, 2012; Nansen *et al.*, 2014). Nestes novos espaços — tendencialmente existentes em países de maior literacia e desenvolvimento digital, como aqueles na Europa (Maddrell, 2012) —, os mortos podem ser espacialmente localizáveis e adquirem maior relevância individualizada, inserindo-se num modo de relações, em comparação com espaços físicos, mais alargadas, subjectivas e de maior fluidez (Graham *et al.*, 2015).

Assim, da mesma forma que os indivíduos têm vindo a usar as redes sociais *online* para manter a presença social e as interacções com os outros, também os utilizadores tendem a procurar dirigir-se aos mortos (*e.g.*, mensagens dirigidas à pessoa falecida), ou no mínimo recordá-los, como é o caso mencionado de comentários em perfis de Facebook de pessoas que morreram (Nansen *et al.*, 2014). Este discurso *online* directo para com o morto acrescenta, se quisermos, nuances — que poderão ser inconscientes — ao discurso de luto público; como é referido por Walter (2007) — aqui, do ponto de vista dos enlutados —, a comunicação instantânea entre estranhos produz formas renovadas de indivíduos outrora isolados se relacionarem, e influencia o modo como os enlutados interagem uns com os outros e com o público em geral. Verifica-se assim, nestes espaços, uma comunicação condicionada por existir num espaço público — testemunhável por outros —, ao invés de um contexto privado como o de um velório (Nansen *et al.*, 2017). Tal permite questionar a intenção de quem deixa mensagens privadas em público: para quem são, na realidade; e que benefício procuram, isto é, que eventuais vantagens são vistas por quem produz este tipo de discurso neste contexto?

Ainda do ponto de vista dos enlutados, é interessante notar como estes espaços digitais, que potenciam uma lembrança constante do falecido, podem quebrar uma lógica terapêutica mais tradicional em que profissionais aconselham os enlutados a trabalhar na quebra de laços com a pessoa falecida (Mitchell *et al.*, 2012). Não sendo claro se esta nova lógica ajuda no processo de luto, ou se, a longo-prazo, o prejudica, dando ao enlutado uma ilusão de controlo sobre algo fora do seu controlo (Moyer & Enck, 2018), parece importante estimular-se uma discussão que reflecta sobre o papel do digital — e a sua eventual utilização terapêutica — no processo de luto (Mitchell *et al.*, 2012). Tal discussão, contudo, não terá lugar neste artigo.

Metodologia

Apresentação do modelo e dos espaços analisados

Como se disse, neste estudo analisa-se o discurso produzido em dois tipos de plataformas em Portugal: *websites* dedicados à necrologia e páginas de Facebook de funerárias locais.

São aqui seguidas orientações da Análise Crítica do Discurso, nomeadamente partindo de Fairclough (1992), que divide a análise discursiva em três segmentos: o texto em si; o discurso como instância de prática discursiva; e o discurso como instância de prática social. O modelo analítico construído procura ter em conta

aspectos ligados ao texto que se prendem com o conteúdo, a quem se dirigem, ou de que modo mencionam a questão da morte. Ademais, procura compreender os significados presentes no texto e no seu subtexto, atendendo à relação entre «texto» e «contexto social» (van Dijk, 1997), identificando aspectos visíveis e, tendo em conta a relação com a situação sociocultural, aspectos ausentes (Fairclough, 1997). Este significado ausente do texto é fornecido pelo leitor na interpretação que faz do mesmo, tendo um grau de subjectividade relevante (Ulinnuha *et al.*, 2013), e encontra-se próximo — por via da relação entre enunciador e destinatário — da estratégia discursiva «implícito» (Rebello, 2000), na qual o enunciador, resguardando-se na significação literal do que escreveu, relega para o enunciatário a reconstrução da respectiva significação implícita (Rebello, 2000).

Especificamente, o obituário pode ser considerado um texto orientado para um propósito social, decifrável através da análise dos seus elementos e padrões discursivos (Fernández, 2007). Sendo verdade que uma das características dos espaços analisados é precisamente a ausência de texto narrativo sobre o morto, ainda assim — e até mesmo por via dessa *ausência* — os obituários revelam-se um ponto de partida interessante para analisar os perfis institucionais em questão e compreender como a morte é comunicada. Ao todo analisam-se oito espaços (dois *websites* e seis páginas de Facebook), 40 obituários (divididos pelos espaços) e 3 textos de apresentação — demonstrativos de motivações e objectivos para o espaço, que ajudam a compreender como é representada a morte e qual é a relação do perfil institucional com ela —, para além de outros textos dos dois *websites*. Também recursos semióticos visuais — presentes em obituários e complementares a textos — são tidos em conta, cada vez mais significativos numa análise discursiva crítica multimodal (Ledin & Machin, 2018).

O modelo divide-se em duas partes: uma primeira que promove identificações denotativas do discurso, e uma segunda de carácter conotativo.

Tabela 1: Modelo de análise crítica do discurso

Identificação do texto	[Do que se trata o texto, como se estrutura]	Identificação e dimensão prática do discurso
Conteúdo denotativo da imagem	[Identificação do conteúdo da imagem associada ao texto]	
Público-alvo	[A que público-alvo se dirige]	
Linguagem e abordagem discursiva	[Caracterização da linguagem utilizada (<i>e.g.</i> , formalidade) e imagem (<i>e.g.</i> , nível de profissionalismo)]	
Tipo de acessibilidade online	[Identificar o nível de facilidade que o usuário encontra para localizar e ter acesso a informações no website]	
Objectivo e clareza da mensagem	[Identificação do objectivo]	
Referências à morte	[Identificação de referências explícitas e implícitas à morte]	
Significado do texto	[Atendendo ao contexto social, identificar e explorar significados no texto]	Significado discursivo
Significado da imagem	[Identificar significados complementares da imagem associada]	

Significado da morte no contexto da mensagem	[O que o discurso sobre a morte significa]	
Significados da narrativa	[Através de um olhar conotativo, explorar a função narrativa]	
Intertextualidade	[Complementação com outros textos analisados]	

Edição: Autores.

Quanto aos critérios de análise, e nomeadamente no que respeita às funerárias seleccionadas, foram escolhidas: agências com página de Facebook; que a página apresentasse dinâmica em termos de seguidores e utilizadores (a maioria possui em cada publicação, normalmente, dezenas de reacções e comentários); que fossem empresas locais e independentes da Servilusa, a multinacional da indústria. Todas estas páginas são públicas.

Os dados reportam-se a Setembro de 2023 e a recolha foi efectuada nos primeiros três dias do mês seguinte.

Tabela 2 – Espaços online analisados.

	Website	Facebook
<i>Plataformas necrológicas</i>		
Inmemorium	✓	
«Até Sempre»	✓	✓
«Até Sempre» – Portalegre (Distrito)		✓
<i>Funerárias</i>		
Funerária Veloso (Lourinhã, Cadaval, Maxial)		✓
Agência Funerária do Zêzere (Ferreira do Zêzere)		✓
Funerária Nélito (Vila Nova de Poiares)		✓
Funerária Machado (Vila Franca de Xira)		✓

Edição: Autores.

Apresentação de resultados e discussão

Características das plataformas e considerações sobre novos tipos de memoriais

Ao contrário dos *websites* das funerárias, dedicados à divulgação dos serviços (Pais e Neto, 2022), as suas páginas de Facebook, aproveitando o potencial comunitário e agregativo desta rede *online* (Nansen *et al.*, 2014), parecem ter um papel mais quotidiano na relação com o utilizador. Nas páginas aqui em análise ocorrem quase exclusivamente publicações de óbitos relativamente a indivíduos aos quais a funerária trata dos serviços fúnebres, com a possibilidade imediata de algum tipo de reacção do seguidor (*e.g.*, *like*, comentário). Por seu lado, este tenderá a estar de algum modo ligado à localidade, reconhecendo, em teoria, algumas das pessoas que morrem, ou tendo interesse em acompanhar os óbitos da sua localidade através da funerária local. Os Facebook das funerárias revelam-se assim espaços com potencialidade comunitária, ligando a proximidade física com a interacção em contexto *online*.

Uma plataforma com cariz relativamente local é o Inmemorium, *website* nascido em Ferreira Do Zêzere e dinamizado por algumas funerárias da região, mas no qual se incentiva a criação de um memorial por parte de qualquer utilizador. Mais transnacionalmente tem-se a plataforma Até Sempre — comportando Facebook e *website* —, que recebe a informação obituária de funerárias locais. Também o seu *website* detém a possibilidade de os utilizadores deixarem o seu comentário no memorial do morto, e encontra-se preparado para encontrar determinado memorial através de um motor de pesquisa (busca efectuada por nome, ano ou localidade), disponível na página inicial. Já a página inicial do Até Sempre apresenta uma lista dos 28 obituários mais recentes, podendo surgir mais três listas de 28 obituários cada através de cliques.

Comparativamente com o Facebook, os *websites* Até Sempre e Inmemorium possuem um carácter necrológico formalizado, estabelecendo-se como: espaços reactivos, por cada memorial ser criado por via de uma morte; mas também espaços contínuos, de permanência, em grande parte por uma facilitação de busca que potencia visitas ao memorial e observação de comentários, e por se revelarem acessíveis e preparados para a produção de conteúdos. Neste particular, em cada memorial do Inmemorium podem ser redigidas histórias sobre o falecido, partilhadas fotografias e vídeos, ou ainda carregadas músicas ou vídeos de YouTube considerados significativos para o falecido. Procura assim transpor-se o papel social e comunitário do velório para o contexto *online*, no qual uma série de actores sociais — aqui representados pela sua identidade virtual —, têm a possibilidade de acrescentar discurso e de interagir uns com os outros, podendo criar significações sobre a pessoa falecida, que vão além do discurso usual de condolências. O que sucede aqui, então, não é algo novo, mas em que se possibilita uma transposição do papel do velório para o *online*, com as características associadas ao digital, como a ausência de interacção face-a-face ou o carácter permanente do discurso que é produzido.

O Facebook já possui uma dinâmica distinta, desde logo pela ordenação das publicações em cronologia inversa² — podendo, com a sequência de alguns *posts*, dar a um *post* relativamente novo uma ideia de desactualização —, apontando para uma cultura de valorização daquilo que é mais recente (Ledin e Machin, 2018). E enquanto que os *websites* detêm um espaço para busca da identidade, o Facebook não apresenta

² Se é certo que as publicações de óbito nos *websites* surgem também em cronologia inversa, tal é amenizado, por um lado, pela apresentação de dezenas de obituários de cada vez, e, por outro, pela busca facilitada através do motor de pesquisa.

tal mecanismo, possuindo publicações com características de memorial (*e.g.*, fotografia, idade) que detêm particularidades relativamente temporárias. Em teoria, a maior indefinição do obituário do Facebook poderá promover um discurso mais próximo do de condolências, e não tanto um discurso de luto mais reflexivo, como o que é — como veremos posteriormente — explicitamente pretendido pelo Inmemorium e o Até Sempre.

Deste modo, não existe propriamente distinção entre uma publicação quotidiana e um obituário. A morte pode surgir no meio da trivialidade, levantando questões no que respeita tanto à sua relevância — isto é, à sua *particularidade* enquanto tema — quando se encontra entre uma quantidade de informação diversa, como à capacidade do utilizador em distinguir tal relevância.

Ainda assim, e no que respeita à distinção visual das publicações obituárias no Facebook, é interessante notar o papel de duas das funerárias em análise que publicam um *template* próprio, estandardizado e distintivo, que alberga tais informações. A próxima imagem é ilustrativa disso.

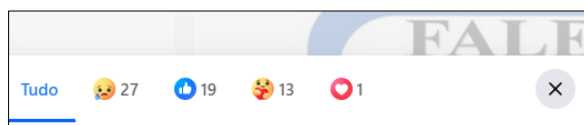
Ilustração 1: Recorte de obituário no Facebook



Fonte: Facebook da Funerária Nélito.

Um outro aspecto que surge da dinâmica de um espaço como o Facebook prende-se com a possibilidade de os utilizadores poderem reagir a uma publicação através de *likes* e *emojis*, que se caracterizam por serem expressões fáticas, imediatas, que servem um papel social (Licoppe, 2008). Tais *emojis*, nestes casos sem contextualização textual, promovem diversidade nas reacções, de resto visível na ilustração seguinte, que no caso de um obituário de uma funerária possibilita a escolha de uma de quatro reacções distintas: o *like*, reacção tradicional do Facebook que normalmente significa aprovação; o *emoji* com choro, significando tristeza; o *emoji* a agarrar um coração, podendo significar empatia; e um coração, que se apresenta como um *like* de cariz mais emocional.

Ilustração 2: Recorte de obituário no Facebook



Fonte: Facebook da Funerária Nérito.

Esta utilização de *emojis* com intenções distintas e até mesmo contraditórias entre si (*e.g.*, *emoji* de choro e *like*), promove um entendimento destes espaços como aparentemente *contrastantes*, de expectativas e códigos comunicacionais diversos e até mesmo paradoxais. A reacção do utilizador tem assim de ser interpretada mediante o contexto e o entendimento que cada um faz dos códigos digitais de comunicação numa rede social *online*, já que o uso de *emojis* é estruturado por contextos linguísticos e sociais, e por convenções culturais e pessoais (Stark & Crawford, 2015).

Ora, o uso destes elementos pictográficos levanta algumas questões, desde logo o afunilamento semiótico que um carácter deste género, com características de semiose incompleta, pode ter; concomitantemente, a dificuldade que pode surgir da interpretação desta linguagem simplificada — representativa ou catalogadora de emoções (Hancock *et al.*, 2007) — que no entanto, como qualquer mecanismo comunicacional — mas ainda mais por via da mencionada incompletude —, nem sempre se revela um guia rigoroso para perceber o que um indivíduo realmente sente (Gibson *et al.*, 2018). Desta forma, em determinada situação pode ser utilizado um *emoji* que seja considerado mais apropriado ou socialmente expectável, e não um que represente, necessariamente, a realidade ou o degrau emocional do indivíduo que o produz (Gibson *et al.*, 2018).

A presença das referidas hipóteses de reacção de cariz pictográfico no Facebook (e que não existe nos espaços necrológicos em análise) promove assim algumas possibilidades. Por um lado, que o utilizador se poderá sentir desresponsabilizado na produção discursiva, isto é, as camadas de intermediação (desde logo o âmbito virtual, mas também uma intermediação não textual) podem descondicionar o utilizador e libertá-lo da prossecução de procedimentos socialmente expectáveis aquando do anúncio de uma morte; por outro lado, pelo contrário, podemos estar a assistir à substituição das expectativas sociais por aquelas típicas do meio da conversação virtual, onde o *emoji* pode ser considerado suficiente. De qualquer modo, parece sensato afirmar que a comunicação pictográfica, ubíqua na comunicação interpessoal (com variações de uso e de sentido) de muitos países (Gibson *et al.*, 2018), possui influência no discurso de luto, especialmente tendo em conta o mencionado carácter público destes novos espaços, que por sua vez influencia não apenas a comunicação produzida mas a forma de a interpretar (Nansen *et al.*, 2017). Para além disso, poderá ser promovida uma menor definição do alvo comunicacional, podendo a mensagem dirigir-se aos enlutados e/ou à pessoa falecida.

Obituários: transferência da narrativa, identidade e democratização do óbito

Procurou-se também identificar que tipo de informação é disponibilizada e ocultada no discurso do obituário, compreendendo até que ponto, e de que forma, a identidade do morto é contruída; e de que modo estas

plataformas, através do obituário (imagens e texto), comunicam uma morte. Foi possível perceber que ambos os tipos de plataforma publicam o seguinte cânone, sem acrescento biográfico ou narrativo: i) fotografia do falecido, perto da idade com que morreu; ii) nome; iii) datas de nascimento e de morte; iv) localidade onde vivia e/ou naturalidade; v) informações relativas ao velório e funeral; vi) nomes dos familiares próximos.

Esta criação identitária pós-morte resulta da criação (e não conversão) de uma identidade virtual por parte dos perfis institucionais sem qualquer alusão a outro perfil pessoal na mesma ou noutra rede social *online*; tem-se após a morte, portanto, a criação por parte de outrem de uma *persona* a partir de um conjunto seleccionado de aspectos, por adequação ao propósito pretendido de identificar, sem qualquer acrescento narrativo, de *quem* se tratava. Isto parece aproximar-se da noção de *divíduo*, termo cunhado por Deleuze (1990), no sentido em que ocorre uma reconstrução parcial da identidade do morto. Aqui, a identificação básica — que pode ser vista à luz de uma ideia de *produto*, com a criação de um avatar objectivado da pessoa falecida — parece servir a função de iniciar um processo em que os utilizadores podem produzir discurso de luto.

Especificamente no que respeita às funerárias e páginas de Facebook, não existe qualquer tipo de incentivo discursivo para o utilizador, sendo latente a possibilidade de reagir e comentar; contudo, nos espaços necrológicos Inmemorium e Até Sempre incentiva-se que o utilizador vá além das condolências, relatando aspectos pessoais ou histórias que considere significativas na sua relação com o morto. No texto de apresentação disponível na página inicial do *website* Até Sempre, em que se refere ter-se criado “um perfil individual onde [o utilizador] deverá deixar uma mensagem”, é reiterado que, por termos “direito à nossa memória ... os que nos rodeiam merecem conhecer o significado da nossa existência”. Ou seja, é comunicada a intenção de ser criada, por parte do utilizador, uma espécie de narrativa semiótica da pessoa falecida, que reforça ou dá a conhecer aspectos pessoais do ponto de vista do outro — aquele que subjectivamente os identifica e que os publica (Ilustração 3). No texto de apresentação do Inmemorium é incentivada a redacção de memórias por parte dos utilizadores, referindo que cada página de memorial pode também abarcar “documentos, fotos, vídeos e outros conteúdos digitais de familiares e amigos” com o intuito simultâneo de os “lembrar e homenagear.” Portanto, a insistência em se pedir que se lembre e homenageie o falecido — também visível no texto da página de Facebook Até Sempre do Distrito de Portalegre (Ilustração 4) —, e que seja o utilizador o produtor, promove um entendimento de que o utilizador é o único capaz de produzir algum tipo de narrativa sobre a vida do morto (já que, da parte do perfil institucional, são apenas disponibilizadas informações básicas).

E de quem se trata este «utilizador»? Parece reportar-se ao indivíduo que conhece o falecido e que com ele partilhou algum tipo de experiência potencialmente significativa; e tratar-se-á de alguém pertencente a uma rede relativamente afastada, não atinente ao grupo íntimo de familiares e amigos próximos, embora estes não sejam necessariamente excluídos. De qualquer modo, parece existir nestes espaços uma transferência de discurso de obituário de redes primárias (que produziriam um discurso «controlado», no próprio obituário) para redes mais afastadas, na medida em que as pessoas que parecem realmente poder contribuir para a significação (ou mesmo ressignificação) da pessoa que morreu — ou, como refere Fowler (2007), para o *veredicto* sobre uma vida, como é costume do obituário contemporâneo —, parecem ser indivíduos de círculos secundários.

Assim, a narrativa da vida do morto pode ter condições para se revelar publicamente mais compartilhada, incoerente, não linear, por se alicerçar em várias vozes ao invés de uma só. Em parte, isto vai ao encontro do que foi apontado por Cooley (1902), de que as percepções de alguém sobre o *self* resultam da internalização das percepções das opiniões dos outros (Yeung & Martin, 2003). Não existindo aqui, pela natureza do tema, uma percepção própria do *self* da pessoa falecida, ainda assim as percepções dos outros (relativamente à pessoa que morreu) são *crystalizadas* em discurso, contribuindo para um processo identitário (partilhado entre utilizadores) de uma *persona* criada. Tal processo pode ser exacerbado pelo contexto imediato e publicamente alargado da internet e redes sociais *online*, que influencia percepções do *self* e promove a participação dos outros neste processo (Jones, 2015).

Por outro lado, esta diversidade pode suscitar o surgimento de qualidades à primeira vista não evidentes. Por exemplo, uma pessoa que em vida tenha sido médica pode ter esse facto e demais informações profissionais descritos na biografia obituária, mas o retrato de um ex-paciente sobre a forma como essa pessoa o tratou poderá ser mais significativo — isto é, oferecer mais detalhes subjectivos — do que o isolado facto de ter sido médica. Este novo tipo de discurso poderá assim promover um campo imaginativo mais vasto sobre quem aquela pessoa — apresentada, digitalmente, como um *divíduo* — *era* em vida.

Contudo, tal não invalida a ausência de discurso narrativo por parte de familiares. Neste particular, é interessante introduzir a questão da democratização do óbito, aspecto que estes espaços, por natureza, promovem, dada a frequência de anúncios sobre pessoas sem especial reconhecimento público, a maioria proveniente de classes médias, às quais as funerárias locais — que criam os obituários/memoriais — efectuem o serviço fúnebre. No contexto destes espaços, o simples facto, como já se viu, de a própria publicação ou não publicação poder reflectir aspectos discriminatórios numa dada região, promove a que tais desconformidades já não sejam por este meio reveladas e a que exista um potencial discursivo e de criação de significado (em contexto digital) que de outra forma poderia não ser possível.

Mesmo tendo em conta tal democratização obituária, a ausência de discurso por parte das famílias sobre o falecido leva a que não haja uma aparente correlação entre a narrativa obituária (da parte de círculos primários) e *status* social. Isto é, e ao contrário do que foi aludido anteriormente, em que a publicação e a própria elaboração linguística do texto obituário eram vistas como oportunidades de manutenção ou exponenciação do estatuto social por parte de classes altas (Fergusson, 1999; Fowler, 2007), não é aqui aproveitada a oportunidade para, por parte das famílias — desde logo «secundarizadas» no processo de publicação, gerido pelas funerárias —, destacarem o papel da pessoa falecida. De facto, como já se disse, parece caber aos utilizadores de círculos secundários a *localização social* do morto, deixando os círculos próximos numa posição ainda mais secundarizada. No entanto, tal não é incompatível com a questão do estatuto, já que em alguns casos o discurso provindo de círculos de socialização afastada pode inclusivamente exacerbar ainda mais esse processo, acrescentando instâncias de «certificação» que talvez o âmbito familiar não fosse capaz, por si só, de produzir. Nesta lógica, não se trata então da ausência de *status* social no obituário *online* actual, mas da existência de outras potenciais formas (mais laterais e teoricamente menos controláveis) de o criar e desenvolver, e que poderão até acrescentar ao estatuto do indivíduo.

Nos perfis em análise verificou-se a tendência para suavizar a linguagem na comunicação directa sobre a morte. No texto de apresentação do Inmemorium são redigidas frases como:

"(...) *peessoas que já nos tenham deixado fisicamente*";

"(...) *peessoas que já partiram ... e que passam a ser os nossos "egrégios avós"*";

"(...) *[aqueles] que partiram (...)*".

Também ao longo do *website* Até Sempre existem expressões como "quem partiu", ou a "memória de quem parte" (Ilustração 3); e, no caso das funerárias analisadas, em duas delas os obituários são efectuados com um *template* em que é referido "Faleceu", sendo que, como é possível ver pela Ilustração 1, surge um texto estandardizado onde a pessoa falecida é referida como "saudosa extinta"; ou seja, a linguagem que reconfigura o falecimento detém um carácter essencialmente asséptico. Já a funerária Machado, que anexa como imagem apenas uma fotografia, refere igualmente, no texto em que se apresenta as informações básicas da pessoa, que esta "faleceu".

O evitamento das palavras «morte», «morrer» e derivados directos, como morto ou morta, parece surgir da conotação negativa relativamente a determinados termos. Como refere Rebelo (2000), a "(...) conotação positiva ou negativa de um termo é, sincronicamente, função do grupo social que o usa e, diacronicamente, dos contextos que se vão criando" (Rebelo, 2000, p. 142). Assim, num contexto social e cultural em que a morte parece ser tida como não natural, sendo evitada (Ariès, 1974; Borsatto *et al.*, 2019), tais perfis procuram comunicá-la retirando-lhe a conotação mais negativa que lhe poderá estar associada; ao mesmo tempo, contudo, por não poderem deixar de comunicar de algum modo a morte — isto após a escolha de optarem por a comunicar, ao invés de não a comunicar de todo —, optam por uma linguagem eufemística seleccionando termos que se podem considerar *suavizados*, com sinónimos ou expressões metafóricas com conotações menos negativas.

Visualmente, em especial nos *websites*, a apresentação é relativamente monótona e pouca colorida ou mesmo a preto e branco, e em todos os espaços são evitadas imagens de algum modo em contexto de morte (*e.g.*, celebrações funerárias). Tal tendência eufemística e de *evitação* já se verificou noutros estudos sobre comunicação institucional da morte em Portugal (ver Frade & Baptista, 2018; Pais e Neto, 2022).

Em algumas ocasiões, os perfis institucionais optam por uma narrativa do ponto de vista da primeira pessoa do plural («nós») — dístico que torna visível os actores envolvidos (Rebelo, 2000) — numa tentativa de incluir todos (*eles*, os que produzem o discurso; *nós*, o utilizador; *aqueles*, os que já morreram) num mesmo parâmetro; deste modo, parece procurar universalizar tanto o objectivo da plataforma como o destino — ou seja, implicitamente, a *morte* — por que todos, sem excepção, passamos. Daí que no texto de apresentação do Até Sempre (Ilustração 3), denominado "As memórias são o nosso maior legado", é dito que "todos temos direito à nossa memória, e os que nos rodeiam merecem conhecer o significado da nossa existência". É um discurso em que se encontra presente uma visão universal sobre a morte, sendo introduzidos — novamente, com a presença de dísticos, que evidenciam e destrinçam o sujeito — conceitos como legado, memória e significado, associando à morte uma ideia de finalidade, isto é, a ideia de que se existiu, ou de que estamos a existir, e que, após deixarmos de existir, há algo que permanece que, para ter significado, tem de ser recordado, tal como como um escritor que morre mas cujo legado permanece nos livros que escreveu, que se podem considerar «imortais» (ou seja, os «livros», na perspectiva destes espaços, são as «memórias»). O que aqui se parece verificar é então uma outra forma de negação da morte, numa ideia de que verdadeiramente não se morre (ou que os *outros* não morrem) se os vivos recordarem o falecido através

de discurso publicado e partilhado. Existe assim, por um lado, uma ideia de finalidade — em que a dessacralização do discurso não sugere qualquer continuação do morto —, mas a finalidade é por sua vez negada pela valorização que se faz ao papel do utilizador na *permanência* daquele no mundo dos vivos. Portanto, são os outros que, ao impedirem o seu esquecimento, impedem a sua morte total.

Ilustração 3: Texto de apresentação do Até Sempre, disponível na página inicial

As memórias são o nosso maior legado

Porque todos temos direito à nossa memória, e os que nos rodeiam merecem conhecer o significado da nossa existência, o Até Sempre disponibiliza-lhe um conceito inovador onde encontra diferentes formas de homenagear quem partiu. Agora todos têm direito a ser homenageados!

A nossa missão é dar-lhe as informações indispensáveis para que possa prestar a sua homenagem presencialmente (sabendo todos os dados necessários) ou à distância.

Criamos um perfil individual onde deverá deixar uma mensagem. Posteriormente editamos um livro exclusivo, ímpar e personalizado com todas as mensagens e fotografias, partilhadas no perfil do homenageado. Isso permitirá guardar para sempre muito do que ficou de quem partiu.

Damos-lhe ainda a oportunidade de acompanhar a sua homenagem com flores, que serão atenciosamente entregues por nós, ou de divulgar atos religiosos por tempo indeterminado.

Contacte-nos! Não hesite! Vimos colmatar uma lacuna para que seja possível preservar a memória de quem parte e prestar-lhe a merecida homenagem.

Fonte: *Website* Até Sempre.

Ora, ainda que se verifique o mencionado discurso universal, tal não significa que o utilizador seja convidado a pensar sobre a sua própria mortalidade de uma perspectiva, se quisermos, mais reflexiva; antes, parece servir como justificação inicial para a existência e legitimidade dos memoriais por eles criados, através de uma linguagem com a qual mais facilmente o utilizador se pode identificar. De resto, como é verificável através da ilustração anterior, o ponto de vista discursivo, de seguida, muda, e a mesma primeira pessoa do plural passa a significar a plataforma (*e.g.*, “A nossa missão...”, “Criamos um perfil...”), sendo o utilizador um sujeito exterior (*e.g.*, “A nossa missão é dar-lhe...”). Já no texto de apresentação do Facebook Até Sempre — Distrito de Portalegre, o discurso universal é em parte, novamente, reproduzido, sendo dito que “todos temos direito a uma homenagem!”; por outro lado, estabelece-se depois, também, uma sequência de divisões narrativas, sendo primeiramente redigidas frases como: «Juntos Honramos a vida!”, ou “Quando alguém que nos é próximo morre...”, ambas supondo a mortalidade do outro, mas mantendo um «nós» geral; e, adiante no texto, passando a considerar o utilizador como um só, e como alguém exterior à plataforma (*e.g.*, “Perdeu alguém e precisa de ajuda?”).

Ilustração 4: Texto de apresentação do Facebook Até Sempre do Distrito de Portalegre

Sobre

Juntos Honramos a vida!
 Quando alguém que nos é próximo morre há muitas memórias que ficam e que merecem ser preservadas. Basta carregar na fotografia do falecido e entramos na PÁGINA DE HOMENAGEM onde familiares e amigos podem deixar mensagem (texto ou imagem) e preservar a sua memória.

Quem perde um familiar ou amigo pode criar-lhe uma PÁGINA DE HOMENAGEM única e intemporal. Basta enviar mensagem a um dos administradores do grupo ou email para geral@atesempre.pt

Se não encontrou neste grupo a pessoa que quer homenagear não hesite em nos contactar.

Perdeu alguém e precisa de ajuda? Diga-nos o que o preocupa e tentaremos ajudar.

Mais do que assinalar a morte queremos honrar a vida e contamos consigo!

TODOS TEMOS DIREITO A UMA HOMENAGEM!

#aSuaHomenagem
 #AteSempre Ver menos

Fonte: Facebook Até Sempre — Portalegre (Distrito).

Os textos — nomeadamente, como se realçou, através da dictização (Rebelo, 2000) e suas variações, que distinguem e evidenciam diferentes sujeitos — vão assim mudando de pontos de vista com o aparente objectivo de albergar diversas formas de comunicar com o utilizador. Apesar, como se disse, de alguma tendência inicial para o discurso universalizado, que se dissolve com rapidez, o utilizador não é convidado a reflectir sobre a sua mortalidade, sendo essencialmente incentivada uma divisão entre o morto e o utilizador. A próxima ilustração segue esta última tendência, apresentando um desenho que ilustra quatro pessoas abraçadas, viradas para uma direcção, observando um determinado acontecimento, o que parece significar apoio mútuo perante uma morte; aqui, assiste-se a uma estratégia discursiva de *transitividade*, que permite reconhecer uma acção pela ilustração/intuição dos seus efeitos noutros agentes, ou seja, sendo uma forma de presentificar um agente sem o revelar. De resto, apresenta também um texto em citação, sem autor, que promove uma analogia com “ventos”, associando-os a situações incontroláveis que “às vezes tiram algo que amamos”; isto é, que roubam, sem consentimento, pessoas que nos são próximas, e refere que, ao invés de nos lamentarmos, devemos “aprender a amar o que nos foi dado.” Através da metáfora coloca assim o utilizador num «nós» geral, que por sua vez é distanciado da morte — essa coisa que tira, que rouba — e do morto, que é inclusivamente «observado» de longe; e assiste-se igualmente a uma estratégia de *lexicalização*, com o recurso a palavras diferentes das habitualmente usadas para ressignificar o contexto de uma forma mais conveniente (*e.g.*, “ventos”), suavizando a ideia de perda. Isto vai ao encontro do que refere Fairclough (1996), de que diferentes metáforas contêm ideologias e simbolismos particulares, e portanto os discursos podem «lexicalizar» o mundo de maneiras distintas enquanto reflexo dos contextos culturais e/ou políticos (Fairclough, 1996).

Ilustração 5: Mensagem presente em cada memorial



Fonte: Website Até Sempre

A última frase é especialmente invocativa da ideia transversal deste perfil institucional e também do Inmemorium relativa ao *significado de uma vida*. É referido, novamente com a presença de mais dicitização — que aqui parece representar um «nós» universal, que não exclui o perfil — que “tudo aquilo que é realmente nosso, nunca se vai para sempre.” A maior justificação para a existência destes espaços, presente em grande parte no subtexto, é uma visão sobre a morte que só encontra significado da vida através da memória de outro e da partilha pública dessas memórias. É portanto um significado necessariamente coletivo: começa com a vida de uma pessoa, mas esse significado só ganha realmente forma quando essa vida é publicamente recordada. Há assim: i) o objecto (isto é, a vida da pessoa, com eventos, papel social ou traços de personalidade); ii) a pessoa exterior a ela que interpreta a vida e tudo o que isso envolve, e que, com subjectividade inerente (ou seja, que não apenas reconhece o significado da existência mas que, inevitavelmente, o ajuda a criar), promove uma reconcepção de *quem era* aquela pessoa. O significado de uma vida não provém assim de uma pré-disposição, de uma ligação que vá além do plano material; antes, é focado numa premissa de que são as pessoas que criam o significado da vida, que este é construído, e cuja finalização depende de alguém que o interprete, que o reconheça ou mesmo que o valide, e que efectivamente contribua para uma sua (co)criação. E isso vem de alguém pertencente à proximidade, não (apenas) de um familiar, mas de um amigo, de um vizinho, de um conhecido.

Juntamente com a verificada tendência para a linguagem eufemística sobre a morte, a também verificável dessacralização do discurso vai ao encontro do que Nansen *et al.* (2017) identificaram em plataformas de funerárias ocidentais de grande dimensão, em que, para construir uma marca e atrair mais público, optam por uma linguagem *online* desprovida de cariz religioso e menções espirituais (Nansen *et al.*, 2017). Ainda assim, é interessante notar como duas das funerárias analisadas complementam o *template* do óbito com o símbolo da cruz cristã (ver Ilustração 1) — revelando-se excepções, porventura tímidas, do discurso secular identificado. Tratando-se de funerárias de pequena dimensão, teoricamente mais dependentes das idiossincrasias de quem gere este tipo de negócio familiar — ou seja, sem uma estrutura de maior corporativismo, sujeita a expectativas de mercado que exijam uma postura mais formal, como é o caso da Servilusa (Pais e Neto, 2022) —, é interessante olhar para as funerárias como espaços de possível divulgação da relação entre a morte e uma cultura judaico-cristã na sua vertente mais religiosa, por via, em parte, de

uma tendência para os agentes funerários serem pouco atreitos a mudanças e estabilizarem as suas práticas mediante a tradição (McIlwain, 2005).

Mortalidade híbrida: particularidade na criação de identidade nestes espaços

No que à morte diz respeito, um dos conceitos mais relevantes — e que já foi aqui abordado — é o de identidade. No contexto da análise a estes espaços, de ressaltar uma particularidade concernente à criação de identidades virtuais, e que vai além da existência de perfis de pessoas mortas que continuam activos (*e.g.*, perfis de Facebook) e são passíveis de ser visitados e comentados, algo já explorado em diversos estudos³. É comum referir-se a estes casos como «persistência identitária», na medida em que um perfil — então, pois, gerido pela própria pessoa — *persiste* na rede mesmo após a sua morte.

Tal tendência pode ser vista numa perspectiva de «mortalidade híbrida», concernente à experiência de morrer, da morte ou do luto entre as dimensões física e virtual (Lewis & Moreman, 2014). Porém, no caso do tipo de espaços em análise existe um modo particular de mortalidade híbrida, na medida em que o perfil no Facebook e nos *websites*, com fotografia do morto e outras informações, é essencialmente criado pelas funerárias, sendo que para além de nunca se aludir a qualquer outro perfil digital, o falecido poderá nunca ter tido qualquer presença em redes sociais *online*. Assim, é um perfil que será potencialmente criado, pela primeira vez, por outrem (nestes casos, por uma empresa funerária); e, ademais, o que sucede após tal criação é um aprofundamento da ligação entre a vida física e virtual, já que os utilizadores que poderão vir a produzir discurso em relação ao morto em âmbito *online* poderão conhecer essa pessoa exclusivamente da vida comunitária física. Por outras palavras, a notícia da morte, e a consequente produção de discurso num memorial *online*, transporta uma identidade — uma *persona*, que tem como ponto de partida informações básicas — para um espaço que possivelmente o indivíduo nunca frequentou em vida. E a este propósito, e apesar da reconstrução parcial da identidade deste, é interessante notar que tal transportação não deixa de ser uma imposição comunitária, dos outros que o *deslocam* entre diferentes contextos, sem que este tenha propriamente (a não ser através de alguma exigência promulgada ainda em vida, que antecipe a situação) forma de o evitar.

Existindo implicações inclusivamente jurídicas perante casos de persistência identitária (Ratclyffe, 2012), a particularidade visível nas plataformas em análise promove uma reflexão quanto ao que a criação deste tipo de identidades virtuais, e consequente discurso (exterior) potencialmente prolixo a partir das mesmas, pode trazer no que respeita a questões éticas. Isto para além da questão, no âmbito da psicologia, referente ao benefício, ou não, deste tipo de espaços para a recuperação da pessoa em processo de luto.

Considerações finais

Atendendo à primeira pergunta de partida deste artigo, vimos que, numa *Web 2.0* em que os utilizadores são incentivados a produzir conteúdo digitais, a participação nos processos de discurso de luto têm

³ A este propósito, ver Hutchings (2012) ou Nansen *et al.* (2014).

promovido uma aproximação conceptual entre o memorial e o obituário. Tal parece resultar numa transferência de narrativas sobre o morto dos familiares para pessoas de redes secundárias, o que vem, por sua vez, acrescentar complexidades no que concerne a «certificações» identitárias das pessoas que morrem, que tenderão a apresentar-se teoricamente mais fragmentadas (ainda que, por outro lado, possam acrescentar informação que poderá até escapar aos círculos próximos).

Já no que concerne à segunda pergunta de partida, verificou-se, na análise ao discurso dos perfis institucionais, que a ideia de morte — comunicada de modo asséptico e eufemístico — se encontra assente, por um lado, na criação de uma identidade virtual parcial, que serve uma função mais específica; e, por outro, num discurso dirigido aos indivíduos dos círculos secundários, no qual, entre outras coisas, parece existir a concepção do significado da vida do falecido como co-criado por tais utilizadores, o que demonstra uma tendência para se comunicar a morte não num sentido total de finalidade mas com uma certa «permanência», que se alicerça no conceito de memória.

Todo este discurso, inclusivamente no modo algo omissivo com que a morte é comunicada, ganha forma por se inserir num determinado contexto sociocultural (*e.g.*, conotações relativamente à morte), o que tanto promove um cuidado discursivo por parte dos perfis, como relega ao público-alvo reconstruções de significação relativamente a textos e imagens de relevante carácter implícito.

De referir ainda que foi discutida a particularidade deste tipo de espaços no que respeita à criação de identidades virtuais, quando as pessoas falecidas podem nunca ter frequentado espaços *online*, sendo aí, não obstante, produzido discurso por parte dos utilizadores que conhecerão a pessoa da comunidade física. São assim espaços que levantam questões sobre o papel do colectivo no discurso de luto e sobre a ligação deste tipo de processos entre o mundo físico e virtualizado.

Por último, é importante realçar que a morte aqui tratada se encontra condicionada pelo contexto de obituário (formal e informal) e pela relação que existe entre instituição e proximidade virtual. Estudos debruçados sobre outros «tipos» de morte, em que esta é comunicada num outro contexto, *online* ou não (*e.g.*, serviços funerários, espaços de partilha de luto), poderão, portanto, incidir alguma luz sobre a forma como a morte é representada em vários campos da sociedade. Ao mesmo tempo, e no que respeita a este estudo, poderá ser importante, no futuro, dirigir o foco para os próprios comentários e dinâmicas de utilizadores, o que permitirá compreender melhor a relação entre comunidades (hibridamente físicas e virtuais) e eventos de morte que, pela convergência de comentários individuais num contexto partilhado e relativamente localizado, se tornam colectivos e comunitários.

Referências bibliográficas

- Ariès, P. (1974). *Western Attitudes towards Death: From Middle Ages to the Present*. Maryon Boyars Publishers.
- Arnold, M., Gibbs, M., Kohn, T., Meese, J., & Nansen, B. (2018). *Death and Digital Media*. Routledge.
- Borsatto, A., Santos, A., Progianti, J., & Vargens, O. (2019). Medicalization of death and palliative care. *Revista Enfermagem UERJ*, 27.
- Catroga, F. (1991). Revolução e secularização dos cemitérios em Portugal (Inumistas e Cremacionistas). Em A. M. Coelho (Ed.), *Atitudes Perante a Morte* (pp. 95–174). Livraria Minerva.

- Cooley, C. H. (1902). *Human Nature and the Social Order*. Scribner's.
- Deleuze, G. (1990). Postscript on the Societies of Control. *L'Autre Journal*, 1.
- van Dijk, T. A. (1997a). Discourse as Interaction in Society. Em T. A. van Dijk (Ed.), *Discourse as Social Interaction. Discourse Studies, ii. A Multidisciplinary Introduction*. Sage.
- Fairclough, N. (1992). *Discourse and social change*. Polity.
- Fairclough, N. (1996). *Language and Power* (10.º). Longman.
- Fairclough, N. (1997). *Critical Discourse Analysis: The Critical Study of Language*. Longman.
- Fergusson, J. (1999). Death and the Press. Em S. Glover (Ed.), *The Penguin Book of Journalism*. Penguin.
- Fernández, E. C. (2007). Linguistic Devices Coping with Death in Victorian Obituaries. *Revista Alicantina de Estudios Ingleses*, 20, 7–21. <https://core.ac.uk/download/pdf/17339466.pdf>.
- Foot, K., Warnick, B., & Schneider, S. M. (2006). Web-Based Memorializing After September 11: Toward a Conceptual Framework. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 11(1), 72–96. <https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2006.00004.x>.
- Fowler, B. (2007). *The Obituary as Collective Memory*. Routledge.
- Fowler, B., & Bielsa, E. (2007). The lives we choose to remember. Em *The Obituary as Collective Memory* (pp. 129–156). Routledge.
- Frade, M., & Baptista, M. M. (2018). Representações visuais da morte na edição de livros em Portugal—Estudo exploratório sobre as emoções veiculadas. *Diacrítica*, 31(2), 175–200. <http://diacritica.ilch.uminho.pt/index.php/dia/article/view/237/17>.
- Gibson, W., Huang, P., & Yu, Q. (2018). Emoji and communicative action: The semiotics, sequence and gestural actions of 'face covering hand'. *Discourse, Context & Media*, 26, 91–99. <https://doi.org/10.1016/j.dcm.2018.05.005>.
- Giddens, A. (1991). *Modernity and Self-Identity: Self and Society in the Late Modern Age*. Stanford University Press.
- Graham, C., Arnold, M., Kohn, T., & Gibbs, M. (2015). Gravesites and websites: A comparison of memorialisation. *Visual Studies*, 30(1), 37–53.
- Grünhagen, C. (2010). Our queen of hearts'—The glorification of Lady Diana Spencer: A critical appraisal of the glorification of celebrities and new pilgrimage. *Scripta Instituti Donneriani Aboensis*, 22, 71–86. <https://doi.org/10.30674/scripta.67363>.
- Hancock, J. T., Landrigan, C., & Silver, C. (2007). Expressing emotion in text-based communication. *Proceedings of the SIGCHI Conference on Human Factors in Computing Systems*, 929–932. <https://doi.org/10.1145/1240624.1240764>.
- Håland, E. J. (2014). *Rituals of Death and Dying in Modern and Ancient Greece*. Cambridge Scholars Publishing.
- Halbwachs, M. (1952). *Les cadres sociaux de la mémoire*. Presses Universitaires de France.
- Holloway, M., Hukelova, M., & Bailey, L. (2018). *Displaying Self: Memorialisation in Contemporary Society*. University of Hull.
- Hutchings, T. (2012). Wiring death: Dying, grieving and remembering on the Internet. Em D. J. Davies & C.-W. Park (Eds.), *Emotion, identity and death: Mortality across disciplines* (pp. 43–58). Ashgate Publishing.
- Ihde, D. (1990). *Technology and the Lifeworld: From Garden to Earth*. Indiana University Press.

- Jones, J. M. (2015). The Looking Glass Lens: Self-concept Changes Due to Social Media Practices. *The Journal of Social Media in Society*, 4(1), 100–125.
- Kastenbaum, R., Peyton, S., & Kastenbaum, B. (1977). Sex Discrimination after Death. *OMEGA - Journal of Death and Dying*, 7, 351–359. <https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.2190/E3WV-EGHE-P785-UPTW?journalCode=omea>.
- Kearl, M. C. (1987). Death as a Measure of Life: A Research Note on the Kastenbaum-Spilka Strategy of Obituary Analyses. *OMEGA - Journal of Death and Dying*, 17(1), 65–78. <https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.2190/R9D1-QJQ9-NTVJ-54T6>.
- Kohn, T., Gibbs, M., Arnold, M., & Nansen, B. (2012). Facebook and the other: Administering to and caring for the dead online. Em G. Hage (Ed.), *Responsibility* (pp. 128–141).
- Ledin, P., & Machin, D. (2018). *Doing Visual Analysis: From Theory to Practice*. SAGE.
- Lewis, A. D., & Moreman, C. M. (Eds.). (2014). *Digital Death: Mortality and Beyond in the Online Age*. Praeger Publishers.
- Licoppe, C. (2008). The mobile phone's ring. Em J. E. Katz (Ed.), *Handbook of Mobile Communication Studies* (pp. 139–152). The MIT Press.
- Maddrell, A. (2012). Online Memorials: The Virtual as the New Vernacular. *Bereavement Care*, 31(2), 46–54. <https://doi.org/10.1080/02682621.2012.710491>.
- Marks, A., & Piggee, T. (1998). Obituary Analysis And Describing A Life Lived: The Impact Of Race, Gender, Age, And Economic Status. *OMEGA - Journal of Death and Dying*, 38(1), 37–57.
- McIlwain, C. D. (2005). *When Death Goes Pop: Death, Media and the Remaking of Community*. Peter Lang Inc., International Academic Publishers.
- Meyer, R. E. (1993). *Ethnicity and the American Cemetery*. Popular Press/University of Wisconsin Press.
- Mitchell, L. M., Stephenson, P. H., Cadell, S., & Macdonald, M. E. (2012). Death & Grief On-line: Virtual memorialization and changing concepts of childhood death and parental bereavement on the internet. *Health Sociology Review*, 21(4), 413–431. <https://doi.org/10.5172/hesr.2012.21.4.413>.
- Moyer, L., & Enck, S. (2018). Is my grief too public for you? The digitalization of grief on Facebook™. *Death Studies*, 44(4), 1–9. <https://doi.org/10.1080/07481187.2018.1522388>.
- Nansen, B., Arnold, M., Gibbs, M., & Kohn, T. (2014). The Restless Dead in the Digital Cemetery. Em A. D. Lewis & C. M. Moreman (Eds.), *Digital Death: Mortality and Beyond in the Online Age* (pp. 111–124). Praeger Publishers.
- Nansen, B., Kohn, T., Arnold, M., Ryn, L. van, & Gibbs, M. (2017). Social Media in the Funeral Industry: On the Digitization of Grief. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 61(1), 73–89. <https://doi.org/10.1080/08838151.2016.1273925>.
- Pais, P. C., & Neto, P. P. (2022). A comunicação dos serviços da morte: Análise crítica do discurso aplicada a websites da Servilusa. *Observatorio (OBS*)*, 16(4). <https://doi.org/10.15847/obsOBS1642022227>
- Petersson, A., & Wingren, C. (2011). Designing a memorial place: Continuing care, passage landscapes and future memories. *Mortality*, 16(1), 54–69. <https://doi.org/10.1080/13576275.2011.536369>.
- Phelps, A. (1999). Locating memorial: The significance of place in remembering Diana. *International Journal of Heritage Studies*, 5(2), 111–120. <https://doi.org/10.1080/13527259908722255>.
- Ratcliffe, T. (2012). *Death and The Persistent Identity: Implications for managing deceased online identities*

- and digital estates*. CommUnity Online Conference on Networks and Communities 2012, Curtin University Western Australia.
- Rebelo, J. (2000). *O Discurso do Jornal. O Como e o Porquê*. Editorial Notícias.
- Reimers, E. (1999). Death and Identity: Graves and Funerals as Cultural Communication. *Mortality*, 4(2), 147–166. <https://doi.org/10.1080/713685976>.
- Santino, J. (2006). Performative Commemoratives: Spontaneous Shrines and the Public Memorialization of Death. Em *Spontaneous Shrines and the Public Memorialization of Death* (pp. 5–15). Palgrave Macmillan.
- Starck, N. (2008). The obituary as collective memory. *Mortality*, 13(4), 368–369. <https://doi.org/10.1080/13576270802200739>.
- Stark, L., & Crawford, K. (2015). The Conservatism of Emoji: Work, Affect, and Communication. *Social Media + Society*, 1(2). <https://doi.org/10.1177/2056305115604853>.
- Ulinuha, R., Udasmoro, W., & Wijaya, Y. (2013). Critical discourse analysis: Theory and method in social and literary framework. *Indonesian Journal of Applied Linguistics*, 2(2), 262–274.
- Veale, K. (2004). Online Memorialisation: The Web As A Collective Memorial Landscape For Remembering The Dead. *The Fibreculture Journal*, 3.
- Walter, T. (1996). Ritualising death in a consumer society. *Royal Society of Arts Journal*, CXLIV(5468), 32–40.
- Walter, T. (2007). Modern Grief, Postmodern Grief. *International Review of Sociology / Revue Internationale de Sociologie*, 17(1), 123–134.
- Walter, T. (2017). *What Death Means Now*. Policy Press.
- Walter, T., Hourizi, R., Moncur, W., & Pitsillides, S. (2012). Does the internet change how we die and mourn? Overview and analysis. *Journal of Death & Dying*, 64(4), 275–302. <https://doi.org/10.2190/OM.64.4.a>.
- Yeung, K.-T., & Martin, J. L. (2003). The Looking Glass Self: An Empirical Test and Elaboration. *Social Forces*, 81(3), 843–879. <https://doi.org/10.1353/sof.2003.0048>.