

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL
FACULDADE DE BIBLIOTECONOMIA E COMUNICAÇÃO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO E INFORMAÇÃO

Danielle Sandri Reule

**A DINÂMICA DOS RUMORES NA REDE:
A WEB COMO ESPAÇO DE PROPAGAÇÃO DE BOATOS VIRTUAIS**

Porto Alegre

2008

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL
FACULDADE DE BIBLIOTECONOMIA E COMUNICAÇÃO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO E INFORMAÇÃO

Danielle Sandri Reule

**A DINÂMICA DOS RUMORES NA REDE:
A WEB COMO ESPAÇO DE PROPAGAÇÃO DE BOATOS VIRTUAIS**

Dissertação apresentada como requisito final para obtenção do grau de mestre em Comunicação e Informação pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Informação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (PPGCOM / UFRGS)

Orientador: Prof. Dr. Alex F. Teixeira Primo

Porto Alegre

2008

Para o meu amor, Léo;
para meus pais, João e Maria;
para meu irmão, Fernando;
para o eterno companheiro Barnei.

AGRADECIMENTOS

De diferentes maneiras, muitos me ajudaram a concluir este estudo.

Meus sinceros agradecimentos...

... a Deus, por permitir minha existência;

... aos meus pais, pelo apoio que sempre me deram nas grandes empreitadas;

... ao meu marido, Léo, por sua paciência, compreensão, carinho e incentivo ao longo de dois anos de lágrimas e ansiedade;

... à Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (Capes), pela bolsa que possibilitou minha total dedicação ao mestrado;

... às amigas Karine e Fabiana e à prima Sara, pela força que me deram ao se aventurarem na leitura do trabalho pronto;

... ao meu ex-aluno Ricardo Golbspan, por sua dedicação à pesquisa;

... às grandes companheiras de mestrado, Cris, Vivi, MC, Geórgia e Cleusa, pelas conversas e terapias de grupo, pelas idéias e pela amizade durante esta jornada;

... aos professores Juremir Machado, Eduardo Vizer, Doris Haussen e Suely Fragoso, pelas colaborações ao longo do caminho, e, em especial, a Márcia Benetti e Jean-Bruno Renard, pela atenção oferecida generosamente em momentos de dúvida e pelas preciosas contribuições à minha pesquisa;

... ao meu orientador, Prof. Dr. Alex Primo, por sua amizade, consideração e perseverança, por não me deixar desamparada e partilhar seu conhecimento, por confiar em mim e na minha capacidade de sempre evoluir, por acreditar neste trabalho desde o início e conduzi-lo brilhantemente. Muito obrigada, de coração.

Rumores transmitem informações que queremos acreditar. O nosso desejo de acreditar é, por vezes, tão forte que invalida os nossos critérios habituais de realismo e plausibilidade, este último na verdade sendo regido pelo nosso desejo de acreditar, não o contrário.

- Jean-Noël Kapferer, *Rumors: Uses, Interpretations and Images*

Seja de extensa ou reduzida difusão, breve ou duradouro no tempo, pacífico ou devastador em seus efeitos, o rumor existe na trama de qualquer cultura. Imaginar uma sociedade sem rumores seria fechar os olhos para a realidade.

- Gordon Allport e Leo Postman, *The Psychology of Rumor*

Uma vez tendo penetrado no corpo social, a falsa informação circula exatamente como informação verdadeira. Sua circulação nada tem a ver com loucura ou alucinação coletiva, mas pura e simplesmente com as regras que fundamentam a vida social. (...) A vida social é baseada em confiança.

- Jean-Noël Kapferer, *Rumors: Uses, Interpretations and Images*

RESUMO

A circulação de rumores é um processo comunicacional, resultado de ações coletivas. O fenômeno é definido como um tipo de informação não confirmada que se propaga em rede e que circula com a intenção de ser tomada como verdadeira. Apesar de poder ser inofensivo, o rumor também pode ser prejudicial, gerando graves conseqüências quando se trata de uma informação falsa. Nesta condição, sua disseminação num corpo social pode ser motivo de preocupação, dependendo da rapidez com que ele é passado adiante e da dimensão alcançada. Com o advento da Internet, ícone das tecnologias digitais, o sujeito social, antes limitado por questões temporais ou geográficas, passa a se comunicar e a se relacionar com outros indivíduos de maneira potencializada. Facilitando a produção e a busca de informações tanto quanto a comunicação globalizada em alta velocidade, a rede também potencializa o processo e os efeitos dos rumores, agora denominados boatos virtuais. Conseqüentemente, a Internet torna-se o meio ideal para a rápida propagação de um grande número de informações falsas a um número muito maior de indivíduos em curto espaço de tempo. E, atualmente, além das características próprias da rede permitirem essa disseminação em alta velocidade, alguns ambientes de produção coletiva na Web conferem uma força ainda maior à circulação dos boatos virtuais. Partindo de uma abordagem psicossociológica e comunicacional, a pesquisa apresenta conceitos e definições para explicar o que leva as pessoas a repassarem os rumores, como eles funcionam tendo a Web como canal de propagação e algumas conseqüências desse processo para o mundo *offline* quando se tratam de informações falsas. Também propõe categorias de falsas informações, inserindo os boatos virtuais em uma delas, e modelos explicativos para ajudar a entender a dinâmica dos rumores em ambientes de produção coletiva na rede, abertos a trocas de informações e discussões de grupos. Nesses espaços virtuais de conversação, os boatos são propagados de modo que se tornam assunto de debates, podendo ganhar força ou ainda enfraquecer, dependendo do recurso utilizado pelos participantes para contribuir com a discussão. Tendo como objeto de estudo o boato sobre uma peça em formato de cruz na moto da Honda (uma informação falsa) sendo disseminado e debatido em comunidades do Orkut como verdadeiro, o trabalho investiga os elementos constitutivos da dinâmica dos boatos virtuais nesses ambientes de conversação, denominando-os Dispositivo textual fortalecedor, Dispositivo textual enfraquecedor e Disposição textual. A utilização de tais elementos pelos participantes do debate é capaz de direcionar um rumor a tendências opostas, fazendo com que sua dinâmica flua entre a Estagnação e a Expansão.

ABSTRACT

Circulation of rumors is a communication process, resulting from collective actions. The phenomenon is defined as a type of non-confirmed information that spreads into a network and circulates with the intention of being taken as true. Although it can be harmless, rumor can also be harmful, causing serious consequences when it is a false information. In this condition, its dissemination into a social body can be a reason of concern, depending on the speed with which it is passed along and on the dimension it reaches. With the advent of Internet, icon of digital technologies, the social subject, once limited by time or geographic issues, can communicate and relate to other individuals in a potencialized way. Facilitating the production of and search for information as much as high speed global communication, the net also potencialize the process and the effects of rumors, now known as virtual rumours. Consequently, Internet becomes the ideal environment for quick spread of a large number of false information to a much larger number of individuals in a short period of time. And, nowadays, besides characteristics of the net allow this dissemination at high speed, some collective production environments at the Web give an even greater force to the circulation of virtual rumours. Starting with a social psychological and communicational approach, this research presents concepts and definitions to explain what leads people to pass along rumours, how do rumors work having Web as a channel of spread and also some consequences of this process for the offline world, assuming we are dealing with false information. It also proposes categories of false information, considering virtual rumours as one of them, and explanatory models to help understanding the dynamics of rumors in environments of collective production on the net, which are open to information exchange and group discussion. In these conversation virtual spaces, rumours are propagated so that they become subject of debate, and may gaining strength or weaken, depending on the mechanism used by the participants to contribute to the discussion. Taking the rumour about a piece in cross shape inside a Honda motorcycle (a false information) as the object of study, being disseminated and debated in Orkut communities as true information, this work investigates the constituent elements of the dynamics of virtual rumors in these conversation virtual spaces, naming them as Strengtheners textual device, Weaker textual device and Textual ordering. The use of these elements by participants of the debate is capable of addressing any rumor to opposite tendencies, making its dynamic flow between Stagnation and Expansion.

LISTA DE FIGURAS

FIGURA 1. Fluxo da informação observado por Degh e Vazsonyi	29
FIGURA 2. Diferenças entre experiência em laboratório e rumor na realidade	31
FIGURA 3. Os seis tipos de rumor identificados por Kapferer	34
FIGURA 4. Quadro de comparação entre rumores, fofocas e lendas urbanas	37
FIGURA 5. Caminhos que podem ser percorridos por um rumor a partir da apreensão de seu conteúdo pelo receptor	41
FIGURA 6. Funcionamento das redes sem escala proposto por Barabási e Bonabeau	46
FIGURA 7. Fluxo do rumor observado por Degh e Vazsonyi	54
FIGURA 8. Fluxo do rumor nos dias atuais, elaborado a partir do esquema de Degh e Vazsonyi	54
FIGURA 9. Fluxo do rumor dos dias atuais visualizado no caminho em estudo da Figura 5	54
FIGURA 10. Site <i>Hoaxbuster.com</i> , que busca divulgar e desmentir rumores na Internet	58
FIGURA 11. Tópico sobre boatos virtuais criado pela página da Coca-Cola na Internet	59
FIGURA 12. Página da Tribuna da Imprensa Online com a coluna de Carlos Chagas	63
FIGURA 13. Foto anexada à mensagem sobre o leite mostrando número em caixa	72
FIGURA 14. Página da Tetra Pak na Internet desmentindo a história do número na caixa de leite	74
FIGURA 15. Peça do farol da moto CG Titan 150 da Honda	79
FIGURA 16. Página do Jornal O Estado de São Paulo com matéria sobre o boato da Honda	82

FIGURA 17. Página do Orkut com resultados de pesquisa pela palavra “cruz” em fórum de uma comunidade.....	87
FIGURA 18. Elementos argumentativos constitutivos da dinâmica de um boato virtual no Orkut	98
FIGURA 19. Fluxo do boato virtual em repasse por e-mail e em ambientes de conversação virtual	101
FIGURA 20. Processos conversacionais localizados no modelo dos caminhos tomados pelo rumor	102
FIGURA 21. Processos conversacionais paralelos a repasse simples de boato virtual	103
FIGURA 22. Tendências da dinâmica de um boato virtual a partir dos elementos encontrados	105

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	11
Justificativa	13
Problema	16
Objetivos	17
1 RUMOR: “A MAIS ANTIGA MÍDIA DE MASSA”	18
1.1 Raízes etimológicas	18
1.2 O rumor como fenômeno social	20
1.3 Processo de disseminação	27
1.4 Rumor como falsa informação	30
1.5 Folclore, fofoca, mitos e lendas urbanas	34
1.6 Sentido de verdade	38
1.7 Proposta de modelo	41
2 INTERNET COMO CANAL DE RUMORES	44
2.1 A rede como espaço social	45
2.2 Rápida difusão, memes e o Orkut	46
2.3 Categorias de falsas informações na Web	49
2.4 Ambiente potencializador	53
2.5 Boatos virtuais na mídia e algumas conseqüências	60
2.6 Elementos de legitimação	64
2.7 Novos espaços de propagação e outras conseqüências	68
3 A DINÂMICA DE UM BOATO VIRTUAL	76
3.1 A seleção do objeto	77
3.1.1 A cruz invertida	77
3.1.2 Características da mensagem da Honda	80
3.1.3 Repercussão na mídia e conseqüências <i>offline</i>	81
3.2 Aspectos metodológicos	85
3.2.1 Corpus	86
3.2.2 Métodos e técnicas	88
3.3 Processo de análise	89

3.3.1	Os elementos presentes no debate	90
3.3.2	Modelo dos elementos da dinâmica	98
3.4	Análise dos resultados	99
3.4.1	Processos conversacionais e os dispositivos na dinâmica	100
3.4.2	Resultados aplicados	104
4	CONSIDERAÇÕES FINAIS	107
	REFERÊNCIAS	110
	ANEXOS	114

INTRODUÇÃO

As tecnologias digitais já estão inseridas em nosso cotidiano, ampliando nossas redes de relacionamento e diminuindo distâncias. Desenvolvida em fins dos anos 60 do século XX, a Internet aparece como ícone dessas tecnologias, possibilitando inúmeras atividades de qualquer parte do mundo, facilitando a produção e a busca de informações e a comunicação globalizada. Temos, na rede, “o meio de comunicação que constitui a forma organizativa de nossas sociedades” (CASTELLS, 2003), constituindo-se em parte fundamental da atual Sociedade da Informação (CASTELLS, 1999).

Com o advento da Internet, o sujeito social exerce de maneira potencializada atividades inerentes ao ser humano: comunicar-se e relacionar-se com outros indivíduos. A rede representa um ideal de democratização – diminuindo, utopicamente, hierarquias – e possibilita, através do anonimato, um sentimento de liberdade em diversos níveis, seja emocional, relacional, cultural ou mesmo profissional. Como observa Wolton (2003, p.85), as novas tecnologias “vêm ao encontro do profundo movimento de individualização de nossa sociedade” e oferecem autonomia, domínio e velocidade. Na Internet, “cada um pode agir sem intermediários, quando bem quiser, sem filtro nem hierarquia e em tempo real” (WOLTON, 2003, p.85-86). A rede é um espaço de sociabilidade globalizado, desterritorializado, interativo, que potencializa uma interação sem coincidência temporal e geográfica, caracterizado pela multimídia, pelo hipertexto, pela velocidade e pela produção coletiva.

Desse modo, para o bem ou para o mal, *sites* da Web, comunidades virtuais, salas de bate-papo e correios eletrônicos são espaços de conversa, troca de informações e conhecimento mútuo. Não importa quem é e onde se encontra, no mundo *offline*, o indivíduo que navega na Internet. Caracterizada pela liberdade de acesso, de expressão, de manifestação (quase¹) irrestrita, a rede por si não seleciona/identifica seus usuários pelas suas características físicas ou morais, o que significa também não poder verificar o caráter ou a intenção de quem está navegando. E esse critério – ou a falta dele – também vale para o conteúdo inserido na Web, o que acaba gerando um grande número de informações imprecisas, enganosas,

¹ É preciso levar em consideração alguns limites, como por exemplo, os de acesso impostos em determinadas páginas, *sites* que cobram para permitir o uso ou são limitados a grupos específicos, páginas de governos, etc.

infundadas, fictícias. O problema, em sua origem, não se limita à disseminação de falsa informação, um processo social sendo reproduzido, como tantos outros, na realidade virtual. Também estão presentes questões como a velocidade com que ela se propaga, o alcance que tem e os efeitos que pode provocar quando é apresentada como verdadeira.

Se, inicialmente, chegou a ser considerada como a “auto-estrada da informação”, a Internet é hoje, como expõem Champion-Vincent e Renard (2002), citando Odile Vernier², a *nova auto-estrada da desinformação*. Uma das características da desinformação é a intenção de enganar, isto é, desinformar de maneira proposital. A intenção de enganar é, segundo Durandin (1995), o elemento constitutivo da mentira que estabelece a diferença que a distingue do erro involuntário. Isso significa que quem mente ou desinforma está agindo intencionalmente, propositalmente, ao contrário de quem comete um erro ao acaso, sem querer. Desse modo, a Internet passa a ser um ambiente em que os *erros voluntários* aparecem com mais facilidade. Em recente entrevista, o próprio criador da Web, Tim Berners-Lee, alertou para o grande perigo de a rede tornar-se “um lugar onde inverdades comecem a se espalhar mais do que verdades [tradução da autora]”³.

Dentre as muitas formas de falsa informação, esta pesquisa se volta para os rumores propagados na Web e sua circulação em ambientes de produção coletiva. Graças à Internet, um rumor eletrônico, assim elaborado, se propaga rapidamente e tem um alcance global. São os *boatos virtuais*, também conhecidos como *hoaxes* - que serão explicados no primeiro capítulo. E o fato de que rumores só são preocupantes às pessoas que os repassam porque existe a possibilidade de serem verdade, associado a um suporte tecnológico que proporciona facilidade para sua circulação, oferece uma nova dimensão desse fenômeno sociológico, considerado por Kapferer (1990) a forma mais antiga de mídia de massa.

O presente trabalho consiste, portanto, em investigar a dinâmica, isto é, o comportamento dos rumores e seus caminhos evolutivos em ambientes de produção coletiva na rede, identificando elementos constitutivos do processo. Para sua realização, foi feito um estudo exploratório de abordagem qualitativa, o que Oliveira (2005, p.22) descreve como um “processo de reflexão e análise da realidade através da utilização de métodos e técnicas para compreensão detalhada do objeto de estudo em seu contexto histórico e/ou segundo sua

² Responsável por uma agência de comunicação francesa citado na reportagem “Internet joue un rôle croissant dans la communication de crise”, de Florence Amalou, no *Le Monde* 16 outubro 1998.

³ *There is a great danger that it becomes a place where untruths start to spread more than truths* – Tim Berners-Lee em entrevista ao jornal britânico *The Guardian*, em novembro de 2006. Disponível em <http://technology.guardian.co.uk/news/story/0,,1938477,00.html> - Acesso em 15/05/2007

estruturação”. Em termos técnicos e metodológicos, foram contemplados para este projeto a pesquisa bibliográfica, a análise de conteúdo, e a observação sistemática, que serão explicitados no último capítulo.

Para se estabelecer o objeto da pesquisa, inicialmente cogitou-se trabalhar com dois ambientes de produção coletiva: o universo dos blogs e comunidades virtuais. Entretanto, como se tratam de espaços muito amplos, os blogs foram descartados com o desenvolvimento da pesquisa e optou-se pela investigação da dinâmica de boatos virtuais em comunidades do Orkut⁴, onde a busca pelos rumores, a troca de informações entre os participantes e mesmo a observação para os pesquisadores revelaram-se mais facilitadas para o que se propunha.

Ainda no início da pesquisa, foi observado que os mesmos elementos relevantes para a análise e, conseqüentemente, para a elaboração de uma estrutura de dinâmica, estavam presentes em discussões sobre diferentes rumores em diferentes comunidades, o que resultou na decisão de se utilizar apenas um boato virtual como objeto de estudo. Entre tantos boatos virtuais identificados no Orkut nos meses de maio e junho de 2007, foi selecionado um sobre uma cruz invertida na moto da Honda. A mensagem original trazia a falsa informação de que a peça colocada na moto era resultado de um pacto do engenheiro responsável pelo desenho com supostas entidades demoníacas.

Entre outras questões levadas em consideração, o rumor foi escolhido como objeto por ter sido acreditado como informação verdadeira e ter tomado grandes proporções (virtualmente e no mundo *offline*), englobando todos os aspectos apresentados ao longo do estudo. A história começou a circular por e-mail, passou a ser muito disseminada e discutida em diversos ambientes na Web, até que o boato virtual e suas conseqüências ganharam espaço na mídia e a Honda se viu obrigada a divulgar um comunicado sobre a finalidade da peça.

Justificativa

A proposta deste trabalho partiu de uma inquietação pessoal. Como internauta, sempre atenta a novidades do ciberespaço, usuária ativa da rede mundial de computadores como fonte de pesquisa, e tendo trabalhado com jornalismo *online*, passei a propor questionamentos mais pontuais acerca da credibilidade das informações disponíveis na Web. É fato que, pela

⁴ <http://www.orkut.com>

Internet, circulam informações de todos os tipos, todas as procedências, todos os níveis. É fato também que a rede é hoje bastante utilizada para consulta e pesquisa – muitas vezes como única fonte. Por isso, não seria relevante analisar o acesso que têm profissionais e universitários, por exemplo, a informações disponíveis na rede, utilizando-as como fonte de trabalhos importantes?

Primeiramente, foi preciso ter em vista que Internet é sociedade, expressa os processos, interesses, valores e instituições sociais (CASTELLS, 2003). A rede faz parte do nosso dia-a-dia, não como uma simples ferramenta tecnológica. Isso significa uma grande influência em nossos atos, pensamentos, trabalhos e relacionamentos produzidos e legitimados dentro de uma realidade individual ou mesmo coletiva. E se até alguns anos atrás a busca por determinadas informações era um processo demorado, complexo ou trabalhoso, com o advento da Internet, os obstáculos foram quase completamente eliminados, tornando o acesso aos mais diversos dados praticamente ilimitado e irrestrito. O campo de informação se ampliou cada vez mais, se intensificando e integrando novas dimensões (WOLTON, 2003).

Mas se, historicamente, encontrar formas de armazenar as informações e o conhecimento humano⁵ já foi considerado um desafio, hoje estamos vivendo um complicado processo de lidar com a abundância de conteúdo que a rede disponibiliza. De fato, “a preocupação sobre o acesso a informações cedeu lugar à preocupação sobre como lidar com a quantidade de informações às quais devemos ter acesso de verdade” (BROWN; DUGUID, 2001). Contudo, a discussão não se limita à técnica, pois a máquina não pensa por si. Sendo a rede um objeto comum, dinâmico, construído, ou pelo menos alimentado, por todos os que o utilizam (LÉVY, 1996), não importando seus objetivos, suas intenções, seus recursos, é preciso levar em conta que é o próprio homem, com todas as suas características e pensamentos, que está por trás da infinidade de informações que circulam ininterruptamente pela teia virtual. A Internet é um espaço de comunicação sem limites reais. Exatamente por isso, Delarbre (2006) destaca que, na rede, há conteúdos de toda índole e em seus espaços de interação se manifestam condutas também de todo tipo e comportamentos perversos.

Posto que a Internet é esse ambiente em que as informações circulam global e livremente e são acessadas a todo momento de qualquer lugar, surgiram as questões em relação à legitimidade – ou simplesmente à qualidade – dos conteúdos a que temos acesso. A

⁵ Os projetos da Biblioteca de Alexandria, de Alexandre, o Grande, o Memex, de Vannevar Bush, o projeto Xanadu, de Ted Nelson, e mesmo a criação do computador são exemplos da histórica preocupação em se organizar e armazenar documentos, informações e conhecimentos do ser humano.

rede, no entanto, é um objeto amplo demais para ser estudado e está em constante transformação. As falsas informações estão por toda parte e podem ser apresentadas de diversas formas, já que uma das características da Internet é o fato de ser multimídia. Entre os múltiplos formatos de falsa informação, surgiu, então, o interesse pelos *hoaxes*, os boatos virtuais que circulam por e-mails, em comunidades virtuais, salas de bate-papo, fóruns, etc. São histórias geralmente de origem desconhecida e sem qualquer fundamento, mas passadas adiante como informações autênticas.

Na busca por material bibliográfico, muito foi encontrado sobre o assunto. A idéia do rumor em si não é de hoje, nem surgiu com a Internet. Há décadas, pesquisadores e estudiosos de diversas áreas já trabalham a dinâmica dos rumores. Sociólogos, folcloristas, historiadores, psicólogos, literários, antropólogos, pesquisadores de marketing e cientistas políticos têm seus próprios conceitos, tradições de pesquisa e visões de como o fenômeno atua. Há, inclusive, a *Fondation pour l'Etude et l'Information sur les Rumeurs* (Fundação para o Estudo e a Informação sobre os Rumores), presidida por Jean-Noël Kapferer⁶. Entretanto, pouco se apresentou sobre o impacto da Internet, um meio de comunicação global, na propagação dos rumores.

A rede já facilita e potencializa a propagação, o repasse rápido e com longo alcance do que antes era transmitido pelo “boca a boca” ou por meios de massa tradicionais, restritos geograficamente. Segundo Véronique Champion-Vincent e Jean-Bruno Renard (2002)⁷, “tanto quanto meio de comunicação, a Internet se revelou um veículo inédito para a difusão de rumores [tradução da autora]⁸”. Por essa razão, julgou-se relevante um estudo sobre a circulação de boatos virtuais, mais especificamente, em ambientes da Web. A intenção de focar a pesquisa em comunidades virtuais veio com o interesse em desenvolver o estudo da dinâmica dos rumores dentro de outro fenômeno nascido com a Internet e bastante investigado atualmente: os ambientes de produção coletiva. Apesar de terem surgido há mais tempo, tais ambientes são característica do atual conceito de Web 2.0⁹, que tem importantes repercussões sociais, potencializando “processos de trabalho coletivo, de troca afetiva, de

⁶ Professor de comunicação na *Ecole des Hautes Etudes Commerciales*, em Paris, reconhecido internacionalmente como um dos maiores especialistas em rumores da atualidade.

⁷ Documento eletrônico não paginado.

⁸ *Et en tant que moyen de communication, Internet s'est révélé un véhicule inédit pour la diffusion des rumeurs.*

⁹ Em Primo (2006), entende-se Web 2.0 como a segunda geração de serviços online caracterizada por potencializar as formas de publicação, compartilhamento e organização de informações, além de ampliar os espaços para a interação entre os participantes do processo. “A Web 2.0 refere-se não apenas a uma combinação de técnicas informáticas (serviços Web, linguagem Ajax, Web *syndication*, etc.), mas também a um determinado período tecnológico, a um conjunto de novas estratégias mercadológicas e a processos de comunicação mediados pelo computador” (PRIMO, 2006)

produção e circulação de informações, de construção social de conhecimento apoiada pela informática” (PRIMO, 2006)¹⁰.

Por fim, vale ressaltar que a proximidade da área da Comunicação com a Sociologia ajudou a despertar meu interesse em desenvolver um trabalho sobre um fenômeno social polêmico como forma de comunicação. Se temos o ciberespaço como um metameio, integrando todas as mídias anteriores (LÉVY, 2004), ao analisar a circulação de falsas informações na Web, analisa-se novas formas de comunicação entre sujeitos de uma sociedade e, mais especificamente, processos de produção de sentidos e valores a partir de realidades distorcidas, criadas num espaço social proporcionado pela tecnologia digital.

Problema

Rumores (ou boatos) surgem em múltiplos contextos, podem ou não constituir falsas informações e se espalham rapidamente em ambientes de sociabilidade. Com o advento da Internet, estes ambientes foram ampliados, globalizados, intensificando as relações entre os diferentes indivíduos que navegam pela rede. Desse modo, o novo espaço também facilitou o processo de transmissão e circulação dos rumores.

Os rumores que circulam na Internet, os chamados boatos virtuais, podem ser inofensivos. Entretanto, constituindo-se falsas informações também podem ser intencionalmente prejudiciais. Considerando dinâmica o movimento evolutivo do rumor por determinados caminhos, com a propagação destes rumores na Internet – prejudicando imagens de empresas ou pessoas, gerando preocupação social, proliferação de vírus, etc – e levando em consideração a potencialização das formas de produção colaborativa de todo e qualquer tipo de conteúdo na rede, proporcionada pela Web 2.0, questiona-se: que elementos argumentativos constituem a dinâmica dos boatos virtuais em ambientes de conversação na Web?

¹⁰ Documento eletrônico não paginado.

Objetivos

Partindo do problema exposto e tendo como base aspectos levantados na Introdução, o objetivo geral do presente estudo é identificar os elementos argumentativos constitutivos da dinâmica de um boato virtual em ambientes de conversação na Web, utilizando o caso da cruz na moto da Honda em comunidades¹¹ do Orkut.

E para se alcançar o fim intencionado, ao longo da pesquisa busca-se atingir os seguintes objetivos específicos:

- a) Compreender os fatores que potencializam a transmissão de rumores;
- b) Identificar elementos que conferem credibilidade a uma informação falsa na Web;
- c) Verificar possíveis conseqüências a pessoas e empresas que podem surgir a partir da circulação de um boato virtual na Web;
- d) Analisar como o debate em ambiente de produção coletiva pode ampliar a força de um rumor na Web, bem como enfraquecê-lo.

Diante desses objetivos, este trabalho é esquematizado em quatro partes. No primeiro capítulo, busca-se compreender o fenômeno do rumor no meio social, seu processo de disseminação, a noção de falsa informação e o sentido de verdade, propondo, por fim, um modelo explicativo sobre caminhos que podem ser percorridos pelo rumor propagado. O segundo capítulo aborda o ambiente em que o fenômeno é estudado, a Internet, onde ele recebe a denominação de boato virtual. Neste capítulo, discorre-se sobre as características da rede que a tornam o canal ideal de disseminação de rumores, explorando a circulação dos boatos virtuais em ambientes da Web e apresentando exemplos e algumas conseqüências dessa propagação para o mundo *offline*. O objeto de estudo, os aspectos metodológicos, a análise realizada e seus resultados são apresentados no capítulo 3, que propõe outros modelos explicativos sobre a dinâmica de um boato virtual e seus elementos constitutivos. E encerrando o estudo, como quarto e último capítulo, são expostas as considerações finais.

¹¹ Não será discutido o conceito de comunidade. A palavra é utilizada por serem definidos como comunidades os grupos formados no Orkut.

1 RUMOR: “A MAIS ANTIGA MÍDIA DE MASSA”

Para uma melhor compreensão do fenômeno do rumor – e, mais adiante, do rumor especificamente na Internet, denominado *boato virtual* – é preciso esclarecer alguns conceitos e determinar significados de palavras e expressões utilizadas para este trabalho. Para tanto, será apresentada uma breve explanação etimológica seguida de estudos comunicacional, sociológico e psicológico acerca do assunto.

Conforme Froissart (2000)¹², “explorar a historicidade do conceito de rumor é (...) um empreendimento salutar para compreender não como ‘funciona o rumor’ mas, melhor, como foi construído um fenômeno social: sobre quais bases, sob quais propósitos, com qual perenidade [tradução da autora]¹³”. Partindo desse pressuposto, busca-se neste capítulo a discussão em torno do sentido de rumor e como ele será utilizado nesta pesquisa, a partir de sua idéia como parte de um ato de comunicação e de seu processo de propagação. Por fim, propõe-se um modelo que mostra os possíveis caminhos de um rumor/boato a partir de sua transmissão.

1.1 Raízes etimológicas

Etimologicamente¹⁴, a palavra *rumor* provém do latim *rumor, ōris*, que significa boato, notícia; rumor público, fama; ruído; grito, murmúrio, sussurro, ou ainda ruído de coisas que se deslocam. Tem como acepções: ruído ou murmúrio produzido por coisas ou pessoas que se deslocam ou embatem; burburinho; notícia que se propaga rapidamente; informação, notícia, fama, boato. Alguns sinônimos atribuídos a *rumor* são: ruído, barulho, sussurro, murmúrio, notícia e *boato*.

O termo *boato*, por sua vez, tem origem no latim *boāus*, que significa “mugido, berro de boi, grito” e está ligado ao verbo *boāre*, adaptado do grego *boáō*, “gritar muito, berrar”.

¹² Documento eletrônico não paginado

¹³ *Explorer l'historicité du concept de rumeur est (...) une entreprise salutare pour comprendre, non comment “fonctionne la rumeur”, mais bien plutôt comment a été construit un phénomène social : sur quelles bases, dans quels buts, avec quelle pérennité.*

¹⁴ A análise aqui apresentada tem como base os dicionários Aurélio, Houaiss, Etimológico e de Sinônimos e Antônimos da Língua Portuguesa.

Apresenta como sentidos: “notícia muito propalada”, “notícia de fonte desconhecida, muitas vezes infundada, que se divulga entre o público”, “qualquer informação não oficial que circula dentro de um grupo; maledicência divulgada à boca pequena; dito sem fundamento” e ainda “notícia anônima que corre publicamente sem confirmação”. Alguns sinônimos para *boato* são: boatice, balela, ruído, notícia e *rumor*.

Sendo assim, entende-se que, essencialmente, *boato* e *rumor* são sinônimos. As duas palavras têm origem no latim – apesar da diferença entre seus significados originais – e suas definições remetem-se mutuamente. Também ambas se referem à forma como determinada informação é espalhada, não ao seu conteúdo. Desse modo, a veracidade não seria, a princípio, algo que se pudesse questionar quando se fala em boatos ou rumores. No entanto, é exatamente a forma como é passada a informação (anonimamente, sussurrada ou gritada) que levanta a dúvida sobre sua autenticidade.

Com a banalização do termo de forma negativa, convencionou-se denominar *boato* a informação geralmente falsa e mal intencionada ou sem fundamentação sólida que circula num meio social. Popularmente, é a formulação mais usada, sendo *rumor* um enunciado mais erudito, utilizado para os estudos de suas características e dinâmica. Apesar de *boato* e *rumor* terem a mesma conotação em português, outros idiomas apresentam apenas uma palavra com a mesma definição – como, por exemplo, o inglês, (*rumour*) e o francês (*rumeur*), idiomas de textos utilizados para este trabalho.

Mas há ainda uma outra definição a ser esclarecida: a palavra *hoax*, que significa embuste, trote ou “pregar uma peça”¹⁵ e tem origem na expressão *hocus pocus*, ligada a encantamento ou magia. Com a popularização da Web, convencionou-se chamar de *hoax* o rumor que circula no ciberespaço – utilizando-se, como de costume, o idioma “universal” da Internet, o inglês¹⁶. Contudo, no Brasil, algumas palavras e expressões utilizadas na rede ganham uma versão em português. Um bom exemplo é o *e-mail* (*electronic mail*) que pode ser chamado de *correio eletrônico*. Desse modo, *hoax* também é popularmente conhecido, em português, como *boato virtual*.

A busca por este significado da palavra é complexa, visto que as fontes de pesquisa tradicionais – dicionários – apresentam apenas sua definição original, sem ligá-la diretamente ao que se conhece por rumor ou boato na Internet. Entretanto, pesquisas pela palavra na rede

¹⁵ Dicionário Oxford da Língua Inglesa.

¹⁶ Expressões como *online*, *chat*, *cookie* ou a própria *Web* são utilizadas normalmente por internautas de nacionalidades diferentes.

direcionam o internauta a páginas¹⁷ referentes a rumores, lendas e outras expressões utilizadas para definir o que chamamos aqui de *boato virtual*. Na própria Web, a enciclopédia *online Wikipedia*¹⁸, de produção colaborativa, apresenta *hoax* como “uma tentativa de enganar uma audiência em acreditar que algo falso é real”. Já a versão em português da enciclopédia livre¹⁹ apresenta *hoax* como sinônimo de pulhas, boatos ou lendas virtuais e define o verbete como “histórias falsas recebidas por e-mail, cujo conteúdo (...) consiste em apelos dramáticos de cunho sentimental ou religioso, supostas campanhas filantrópicas, humanitárias ou de socorro pessoal ou, ainda, falsos vírus que ameaçam destruir, contaminar ou formatar o disco rígido do computador”.

Apesar de serem sinônimos, do ponto de vista da coerência interna do trabalho, farei uma distinção no emprego das palavras *rumor* e *boato*, o que servirá para explicar o fenômeno do *rumor* de maneira geral na sociedade, já estudado por outros autores e, mais adiante, para identificar o fenômeno do *boato virtual* como um tipo de rumor específico da Internet.

1.2 O rumor como fenômeno social

É preciso ressaltar – mesmo que possa parecer óbvio – que o processo de transmissão de rumor é uma forma de comunicação. Somado a isso, o conceito de informação como “qualquer coisa que possa mudar o conhecimento de uma pessoa, (...) o que é transferido de pessoas ou objetos ao sistema cognitivo de uma pessoa [tradução da autora]²⁰” (MARCHIONINI, 1995, p.5) levaria à compreensão de que o rumor em si, passado adiante num meio social, não deixa de ser uma informação, elemento essencial ao processo comunicativo. Nas palavras de Santaella (1992, p.14), “onde quer que uma informação seja transmitida de um emissor para um receptor, tem-se aí um ato de comunicação”. Como será exposto mais adiante, os trabalhos de alguns autores sobre o fenômeno fazem uma certa distinção entre o que se entende por *rumor* e o que se entende por *informação* pura e simples. Entretanto, defende-se aqui a possibilidade de existirem tipos de informação, que ficarão

¹⁷ Como por exemplo: <http://www.infowester.com/col160106.php>,
<http://informatica.terra.com.br/virusecia/spam/interna/0,,OI198466-EI2403,00.html>,
<http://www.doufer.com.br/2006/08/01/hoax-no-orkut/> - Acessos em 20/11/2007

¹⁸ Disponível em <http://en.wikipedia.org/wiki/Hoaxes> - Acesso em 19/06/2007

¹⁹ Disponível em <http://pt.wikipedia.org/wiki/Hoax> - Acesso em 19/06/2007

²⁰ (...) *anything that can change a person's knowledge (...) what is transferred from people or objects to a person's cognitive system.*

evidentes ao longo do texto. E, sendo assim, deixa-se a idéia do rumor como um tipo de informação, que será explicado mais adiante.

Objeto de estudos acadêmicos, o rumor é definido por Kapferer (1990, p.1) como a forma mais antiga de mídia²¹ de massa: “Os rumores estão em todo lugar, não importando nossas esferas sociais (...) Antes que existisse a escrita, o boca a boca era o único canal social de comunicação [tradução da autora]²²”. Essa visão do autor é compreensível se pensada em termos de decurso do rumor propagado – não do rumor em si – e se amparada na explicação de Abraham Moles (1986, p.483-484 apud SANTAELLA, 1992, p.16), que afirma que comunicação de massa “é aquele tipo de comunicação que ocorre entre um emissor e uma multiplicidade de receptores espalhados através de um campo geográfico e social, isto é, receptores sem qualquer conexão entre si”.

Thompson (2002) lembra que a palavra *rumour*, derivada do francês antigo, foi inicialmente usada no inglês no século XIV para descrever uma notícia que se espalhou, de natureza favorável. Anos mais tarde, segundo o autor, ela foi usada de maneira mais geral, referindo-se a falas ou informações que não estivessem fundamentadas em um conhecimento exato. Também no campo da psicologia, Allport e Postman (1973) sustentam que grande parte da conversação cotidiana da sociedade é, de fato, um intercâmbio de rumores. Segundo os dois autores, o rumor é, por definição, um fenômeno social. Para ser criado, precisa apenas de duas pessoas e “em qualquer dado momento, seu veículo é somente um indivíduo [tradução da autora]²³” (ALLPORT; POSTMAN, 1973, p.66).

Os primeiros estudos científicos sobre rumores começaram na década de 1940, nos Estados Unidos. Kapferer (1990, p.2) explica que “o grande número de rumores circulando durante a Segunda Guerra Mundial, e seus efeitos nocivos na moral das tropas e na maioria da população, levou várias equipes de pesquisa a analisar o assunto [tradução da autora]²⁴”. Na época, Allport e Postman (1947 apud KAPFERER, 1990), primeiros pesquisadores sobre o tema, formularam conceitos que permanecem relevantes nos dias de hoje e definiram o rumor como “uma questão específica (ou tópica) para crença, passada adiante de pessoa a pessoa, normalmente pela palavra oral, sem padrões seguros de evidência presentes [tradução da

²¹ Aqui, entende-se o termo mídia a partir do inglês, onde *media* (do latim) se refere a meios de comunicação.

²² *Rumors are everywhere, regardless of our social spheres (...) Before writing existed, word of mouth was the only social channel of communication.*

²³ (...) *en cualquier momento dado, su vehículo es un solo individuo.*

²⁴ *The large number of rumors circulating during the Second World War, and their deleterious effects on the morale of the troops and population at large, led several research teams to look into the subject.*

autora]²⁵”. De acordo com Knapp²⁶, é uma “questão para a crença de referências tópicas disseminada sem verificação oficial [tradução da autora]²⁷”. E nas palavras de Peterson e Gist²⁸, o rumor é “um relato ou explicação não-verificados de eventos circulando de pessoa a pessoa, relativo a um objeto, evento ou assunto de preocupação pública [tradução da autora]²⁹”. A partir das idéias desses autores, Kapferer (1990, p.2) conclui que:

De acordo com essas três definições muito similares, um rumor é primeiramente um pedaço de informação: ele fornece notícias sobre uma pessoa ou um evento importante em acontecimentos atuais. (...) Em segundo lugar, rumores são para serem acreditados. (...) Rumores começam para convencer as pessoas [tradução da autora]³⁰

De maneira geral, os conceitos para rumor elaborados por diferentes estudiosos seguem a mesma linha de raciocínio, acrescentando outras percepções. DiFonzo e Bordia (2007, p.13), por exemplo, também descrevem os rumores como “declarações de informação não verificada e instrumentalmente relevante em circulação [tradução da autora]³¹”.

Feitas as considerações, o presente estudo define o rumor³² como um *tipo de informação* não confirmada que se propaga em rede e que circula com a intenção de ser tomada como verdadeira. Sendo informação, é parte de um processo de comunicação que, por sua vez, é um fenômeno por si social. Como será visto no capítulo seguinte, o mesmo conceito é aplicado ao boato virtual, com o diferencial de este ser amparado por um suporte tecnológico capaz de potencializar suas ações.

Mas o que leva, exatamente, um indivíduo a passar adiante um rumor?

Para responder a esta questão, é necessário trazer uma visão psicológica do fenômeno. DiFonzo e Bordia (2007, p.13) afirmam que rumores “surgem em contextos de ambigüidade, perigo ou potencial ameaça e que funcionam para ajudar as pessoas a dar sentido e controlar o risco [tradução da autora]³³”. Allport e Postman (1973, p.18) ressaltam que qualquer

²⁵ *a specific (or topical) proposition for belief, passed along from person to person, usually by word of mouth, without secure standards of evidence being present.*

²⁶ KNAPP, R. A Psychology of Rumor. *Public Opinion Quarterly*, 8. Citado em Kapferer (1990, p.2)

²⁷ *a proposition for belief of topical reference disseminated without official verification.*

²⁸ PETERSON, W., GIST, N. Rumor and Public Opinion. *American Journal of Sociology*, 57. Citados em Kapferer (1990, p.2)

²⁹ (...) *a unverified account or explanation of events circulating from person to person and pertaining to an object, event or issue of public concern.*

³⁰ *According to these three very similar definitions, a rumor is primarily a piece of information: it provides news about a person or an event important in current goings-on. (...) Secondly, rumors are for believing. (...) Rumors set out to convince people.*

³¹ (...) *unverified and instrumentally relevant information statements in circulation*

³² Mesmo antes da Internet.

³³ (...) *arise in contexts of ambiguity, danger, or potential threat and that function to help people make sense and manage risk.*

necessidade humana pode dar movimento a um rumor e afirmam que “quando dizemos que o rumor não circula a menos que o assunto envolva o fator importância para o indivíduo que o ouve e o transmite, estamos chamando a atenção sobre o *fator motivador* no rumor [tradução da autora]³⁴”. Em conjunto, ambas as citações já dão indícios do que é necessário para que um rumor comece a ser propagado.

Sabe-se que existe a possibilidade de um indivíduo receber um rumor e agir com indiferença, ignorando-o. Entretanto, são consideradas aqui as situações em que, de alguma forma, é dada atenção à mensagem. E nesse sentido, a literatura psicológica sobre rumores identificou cinco variáveis relacionadas à sua transmissão: incerteza, importância ou envolvimento com os resultados, falta de controle (sobre a informação que circula), ansiedade e crença (BORDIA; DiFONZO, 2002; ROSNOW, 1991; WALKER; BLAINE, 1991 apud DiFONZO; BORDIA, 2007). Essas variáveis representariam propósitos relacionados à cognição e ao comportamento social e para satisfazer tais propósitos no caso dos rumores, as pessoas precisariam transmiti-los.

Para que se tenha uma compreensão dos objetivos que estimulam a propagação de rumores, DiFonzo e Bordia explicam que a literatura é aplicada sobre *motivações* no comportamento social. Sendo assim, os autores destacam que, no contexto da transmissão de rumores, tais objetivos são representados por três motivações: valorizar relacionamentos, valorizar a si mesmo e buscar o fato (DiFONZO; BORDIA, 2007).

Relações sociais são vitais para a sobrevivência humana e a idéia de se construir e de se manter relacionamentos reflete-se em nosso comportamento no cotidiano, com a crença de que algumas atitudes definem nossa aprovação em determinados ambientes. Desse modo, o indivíduo, entre outros dispositivos, pode repassar um rumor pela vontade de ser aceito nesses ambientes. De acordo com DiFonzo e Bordia (2007), a motivação *valorizar relacionamentos* tem sido invocada para explicar a descoberta de que a crença num rumor é relacionada à sua transmissão de maneira positiva. Além disso, “uma reputação como uma fonte de informação confiável e fidedigna é vital para a aceitação em redes sociais [tradução da autora]³⁵” (CAPLOW, 1947; GUERIN, 2003; STEVENS; FISKE, 1995 apud DiFONZO; BORDIA, 2007, p.76).

³⁴ *Cuando decimos que el rumor no circula a menos que el asunto encierre el factor importancia para el individuo que lo oye y lo transmite, estamos llamando la atención sobre el factor motivador en el rumor.*

³⁵ *A reputation as a credible and trustworthy source of information is vital for acceptance in social networks.*

A auto valorização refere-se à necessidade do indivíduo de se sentir bem com ele mesmo. “As pessoas procuram manter uma auto-imagem positiva e se envolver em cognições que reforcem a auto-estima [tradução da autora]³⁶ (KUNDA, 1999; STEELE, 1988 apud DiFONZO; BORDIA, 2007, p.77). Assim, a motivação de *valorizar a si mesmo* pode variar desde uma propagação consciente de rumores, apenas para benefício pessoal, à seleção e transmissão inconsciente, apenas como parte do processo.

Por fim, das variáveis apresentadas, um misto de incerteza, importância, falta de controle e ansiedade gera uma necessidade de saber, ou seja, reflete a motivação mais importante: a da *busca pelo fato*. “A incerteza sobre assuntos de importância pessoal produz sentimentos de falta de controle e ansiedade [tradução da autora]³⁷” (DiFONZO; BORDIA, 2007, p.71). Ao receber o rumor, o indivíduo permanece num estado de dúvida sobre o significado dos eventos ocorridos ou mesmo sobre quais eventos ainda podem ocorrer. Na ausência de notícias formais, ele busca mais informações em suas redes sociais, ampliando a propagação do rumor.

Levando-se em consideração as variáveis e motivações apresentadas, estabelecem-se duas condições *essenciais* para que um rumor seja assimilado e, em seguida, se espalhe. A primeira é a *ambigüidade*, no sentido de obscuridade. Ambíguo é tudo aquilo que tem (ou pode ter) diferentes sentidos, permitindo interpretações diversas ou mesmo contrárias. “A ambigüidade é problemática para as pessoas [tradução da autora]³⁸” (DiFONZO; BORDIA, 2007, p.14), pois situações ambíguas despertam dúvidas, o sentido ou o significado dos acontecimentos não fica claro ou mesmo os efeitos de tais acontecimentos são incertos. Sendo assim, segundo Allport e Postman (1973), os rumores ocorrem justamente quando um grupo tenta dar sentido a circunstâncias em que há incerteza, ambigüidade. Como dito anteriormente, os autores destacam que é da natureza do ser humano querer saber “os porquês, os comos e os quandos” do mundo que o rodeia, ou seja, é de sua natureza a busca pelo fato. Kapferer (1990) segue esses mesmos argumentos e acrescenta que os rumores surgem quando as informações são escassas. Como as pessoas buscam constantemente explicações, acabam por acreditar em boatos, por estes lhes parecerem uma razão plausível para uma situação confusa. O objetivo do rumor seria, precisamente, explicar fatos duvidosos.

³⁶ *People seek to maintain a positive self-image and engage in cognitions that bolster self-esteem.*

³⁷ *Uncertainty about issues of personal importance engenders feelings of lack of control and anxiety.*

³⁸ *Ambiguity is problematic for people.*

Nas palavras de Kapferer (1990, p.77), “os rumores nos convencem porque nos fornecem uma ocasião para entendermos melhor o mundo [tradução da autora]³⁹”.

A outra condição essencial para que as pessoas acreditem em rumores é a *importância* que um acontecimento ou uma situação têm para elas. E a relevância do conteúdo de uma mensagem vai variar de acordo com o meio social em que esta circula e as emoções envolvidas no processo. Isso significa que, não havendo importância ou ambigüidade em um acontecimento, não há rumor (KAPFERER, 1990; ALLPORT; POSTMAN, 1973). Desse modo, para melhor definir a dinâmica dos rumores, tanto Kapferer quanto DiFonzo e Bordia acabam citando o sociólogo americano Tamotsu Shibutani.

Shibutani (1966) propõe que, na ausência de uma informação formal, oficial, as pessoas interpretam uma determinada situação informalmente mesmo. Segundo o estudioso, rumores são ações necessariamente de grupo e que procuram dar significado a fatos inexplicáveis. “São notícias improvisadas resultantes de um processo de discussão coletiva (...) eventos importantes, ambíguos fazem nascer os rumores [tradução da autora]⁴⁰” (SHIBUTANI, 1966, p.58). Na mesma linha de raciocínio do sociólogo, Dunn e Allen (2005)⁴¹, ao definirem o rumor como uma “hipótese oferecida na ausência de uma informação verificável considerando circunstâncias incertas que são importantes àqueles indivíduos que estão subseqüentemente ansiosos sobre sua falta de controle resultante desta incerteza [tradução da autora]⁴²”, apontam para as mesmas condições já estabelecidas. Posto isso, o que se observa, de fato, é que há um consenso nas idéias apresentadas pelos autores até aqui.

Por fim, Kapferer (1990) resume os argumentos de Shibutani da seguinte maneira:

R = importância X ambigüidade,

A fórmula, onde *R* significa *rumor*, é, na verdade, a mesma proposta por Allport e Postman (1973) para medir a intensidade de um rumor:

R ~ i X a

Traduzida em palavras, a fórmula significa que a quantidade do rumor circulante variará com a importância do assunto para os indivíduos afetados

³⁹ *Rumors win us over because they provide an occasion to better understand the world.*

⁴⁰ *Rumors are improvised news resulting from a process of collective discussion. (...) important, ambiguous events are what give rise to rumors.*

⁴¹ Documento eletrônico não paginado.

⁴² *rumor is a hypothesis offered in the absence of verifiable information regarding uncertain circumstances that are important to those individuals who are subsequently anxious about their lack of control resulting from this uncertainty.*

multiplicada pela ambigüidade da prova ou testemunho tocante ao dado assunto. A relação entre importância e ambigüidade não é aditiva mas multiplicativa, posto que com importância ou ambigüidade igual a zero, *não* há rumor [tradução da autora]⁴³ (ALLPORT; POSTMAN, 1973, p.15 - 16).

Para tornar as explicações compreensíveis, utiliza-se aqui o exemplo de um boato virtual que já se propaga há alguns anos, ganhando novas versões de tempos em tempos ou de acordo com o ambiente em que circula. O texto fala sobre uma pessoa infectada pelo vírus HIV após ser picada por uma agulha ao sentar-se numa poltrona de cinema. Segundo o “relato”, um bilhete deixado junto à agulha dizia “Bem-vindo ao mundo real! Agora você também é HIV positivo” e médicos teriam confirmado que o material estaria infectado com o vírus da AIDS. As diversas versões da mensagem informam que o fato ocorreu com “uma amiga”, “um primo”, “um vizinho”. Também a poltrona pode ser de um teatro, ao invés de um cinema e o alerta pode ter vindo de diversas entidades renomadas.

Neste caso, o rumor atenta para uma doença grave e ainda sem cura e para a possibilidade de qualquer indivíduo ser a próxima vítima. Não havendo notícias “oficiais” sobre o caso, emerge, naturalmente, a necessidade de se saber mais sobre o ocorrido e de se divulgar o fato preocupante. Como isso ocorre? Passando-se a “notícia” adiante, alertando amigos, parentes, colegas de trabalho, todos que possam estar sujeitos a um acontecimento tal qual o descrito. A mensagem tem grande importância social e é capaz de gerar medo em uma população. A incerteza sobre “onde” ou “com quem” aconteceu e mesmo as diversas versões provocam ansiedade e fazem com que a situação permaneça obscura, ambígua, dando margem a interpretações subjetivas.

Ser relevante num meio social e apresentar um conteúdo obscuro ou incerto são, portanto, condições fundamentais para que um rumor circule como tal. São características primordiais e catalisadoras para que um indivíduo receba e transmita o que acredita ser uma informação autêntica, fazendo com que o rumor se espalhe.

⁴³ Traducida en palabras, la fórmula significa que la cantidad del rumor circulante variará con la importancia del asunto para los individuos afectados, multiplicada por la ambigüedad de la prueba o testimonio tocante a dicho asunto. La relación entre importancia y ambigüedad no es aditiva sino multiplicativa, puesto que con importancia o ambigüedad igual a cero, no hay rumor.

1.3 Processo de disseminação

Na seção anterior, considerou-se o rumor como um tipo de informação sendo disseminada. Mas para que a informação seja transmitida, deve haver um canal ou veículo através do qual a informação transite (SANTAELLA, 1992). Ao analisar os rumores, compreende-se que não existe um padrão para sua transmissão, exatamente porque o processo depende de uma série de fatores, incluindo um dos pontos-chave da questão tratada nesta pesquisa: o meio utilizado. É justamente aqui que se encontra a relevância deste trabalho, pois, apesar de a propagação de rumores poder ser feita desde o popular boca a boca até os grandes meios de comunicação de massa, atualmente o lugar mais utilizado para essa disseminação é a Internet, justamente por suas características que potencializam a circulação da informação – o que será tratado no capítulo seguinte. E, dependendo do meio em que se dissemina, o rumor pode adquirir diferentes dinâmicas. Um aspecto que pode se alterar, por exemplo, é que enquanto na transmissão boca a boca os detalhes se perdem e se modificam conforme o rumor é repassado, a rede permite que os detalhes sejam mantidos, se assim for a intenção de quem transmite. Outra particularidade da Internet é a facilidade com que o indivíduo transmissor pode anexar “provas” para legitimar as informações que está repassando, tais como fotos, vídeos ou outros textos informativos, aspecto que será aprofundado no capítulo 2.

Em se tratando de meio utilizado para a disseminação de um rumor, o boca a boca é a forma mais antiga de dar início ao fenômeno. A popular brincadeira do “telefone sem fio” demonstra o quanto um conteúdo pode ser alterado ao ser passado adiante. Em uma das experiências conduzidas em laboratório, Allport e Postman (1973) mostravam a foto de uma cena de rua por alguns segundos a uma pessoa, que, em seguida, descrevia o que viu a uma segunda pessoa, que, na sequência, contava o que ouviu a uma terceira e assim sucessivamente. Após a sexta ou sétima retransmissão, a informação passada tinha muito pouco a ver com a foto original.

O que os autores defendem é que o rumor inevitavelmente nos leva ao erro, pois, quanto mais se espalha, mais distante está da verdade, constituindo uma distorção da realidade. Eles resumem suas experiências em termos de três conceitos: o de *nivelamento*, que designa uma tendência de a mensagem repassada ficar cada vez menor, mais concisa e de mais fácil compreensão; o de *acentuação*, tendência a percepção, retenção e relato seletivos de um número limitado de detalhes; e o da *assimilação*, tendência de se fazer os relatos mais

coerentes e consistentes de acordo com os interesses e pressupostos do indivíduo. Allport e Postman (1973, p.11) explicam que “as tendências a *nivelar*, a *acentuar*, a *assimilar* os conteúdos pessoais e culturais funcionam em todas as formas de comunicação humana que não estejam rigidamente constrangidas por normas de verdade objetivas e impessoais [tradução da autora]⁴⁴”.

Shibutani (1966, p.5) elogia o trabalho desses autores, ressaltando o fato de confirmar que “o testemunho por transmissão em série é raramente preciso, que a maioria das pessoas são incapazes de repetir literalmente o que ouviram de outras, que compreensão depende de um estado de referência do perceptor [tradução da autora]⁴⁵”. Kapferer (1990), no entanto, aponta críticas à experiência citada. Segundo ele, a simulação conduzida por Allport e Postman, demonstrada por Kapferer (1990, p.60) na seqüência $A \rightarrow B \rightarrow C \rightarrow D \rightarrow E \rightarrow F \rightarrow G \rightarrow$, não pode representar a transmissão de rumores tradicionais da vida real, já que parte da idéia de que há um fluxo de informação unidirecional e não-interativo:

A fala para *B* que fala para *C* e assim segue. Na vida real, há furos no processo. *D* pode ligar para *A* para alertá-lo sobre um rumor. Além disso, a transmissão de rumor não é um fluxo simples: *B* não passa simplesmente uma mensagem para *C*. A comunicação é verdadeiramente interativa. Na vida real, *C* faz perguntas a *B* e ambos debatem sobre a própria mensagem. Cada um pode adicionar seus próprios detalhes ao rumor, um processo que leva a um efeito bola de neve, ao contrário do processo nivelado descrito por Allport e Postman [tradução da autora]⁴⁶(KAPFERER, 1990, p.60).

De fato, os autores admitem que, na vida real, há outros fatores que influenciam no repasse do rumor: “Em situações reais, podem passar dias, semanas e meses entre o momento de ouvir e de passar um rumor, ao passo que no laboratório pede-se ao sujeito que fale quase imediatamente [tradução da autora]⁴⁷” (ALLPORT; POSTMAN, 1973, p.82). Entretanto, eles afirmam terem conduzido a experiência apenas para exercer o método de reprodução em série, não considerando outros fatores de motivação, como os temores ou as esperanças dos participantes, o que haveria numa situação real. Nesse sentido, Shibutani (1966, p.4) defende a relevância da experiência dos dois autores ao afirmar que “acredita-se que o rumor se torna

⁴⁴ *Las tendencias a nivelar, a acentuar, a asimilar los contenidos personales y culturales funcionan en todas las formas de comunicación humana que no estén rigidamente constreñidas por normas de verdad objetivas e impersonales.*

⁴⁵ (...) *testimony by serial transmission is rarely accurate, that most persons are unable to repeat verbatim what they had heard from others, that comprehension depends upon the frame of reference of the perceiver.*

⁴⁶ *A speaks to B who speaks to C and so on. In real life, there are loops in the process. D may call A to warn him about a rumor. In addition, rumor transmitting is not a simple flow: B does not simply pass on a message to C. The communication is truly interactive. In real life, C asks B questions and both elaborate on the message itself. Each may add his own details to the rumor, a process which leads to a snowball effect, rather than the leveling process described by Allport and Postman.*

⁴⁷ *En situaciones reales, pueden pasar días, semanas y meses entre el momento de oír y el de pasar un rumor, mientras que en el laboratorio se le pide al sujeto referir-lo casi inmediatamente.*

falso através de distorções apresentadas no curso da transmissão em série, e isso também é normalmente entendido como uma característica essencial do rumor [tradução da autora]⁴⁸”.

Por outro lado, o experimento de Allport e Postman serviu para se definir também outros aspectos do rumor, relevantes ao estudo dos boatos virtuais. Para se aproximar mais do fluxo real, Kapferer (1990, p.61) cita, por exemplo, uma experiência de Degh e Vazsonyi realizada em prisões durante a Segunda Guerra Mundial, em que se enfatizam dois traços da transmissão de rumores: os receptores são selecionados e cada receptor é livre para retransmitir ou não. A observação do fluxo da informação leva os dois autores a detectar um processo de transmissão que Kapferer expõe no seguinte esquema:

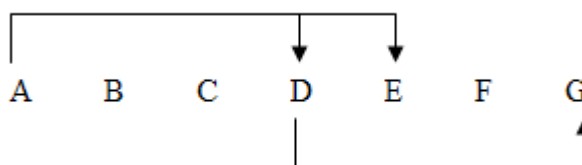


FIGURA 1. Fluxo da informação observado por Degh e Vazsonyi. Fonte: Kapferer, 1990

Como o próprio Kapferer (1990, p.61) aponta, ao contrário da experiência do telefone sem fio, a experiência deles mostrou que, “apesar do tédio que fez todo mundo ansioso por receber todo e qualquer tipo de informação, A selecionou seus receptores (D e E, não B ou C). Mais adiante, nem todos os receptores retransmitiram (D mas não E) [tradução da autora]⁴⁹”. Mais uma vez, esclarece-se aqui haver diferentes elementos sociais que influenciam o comportamento de quem retransmite a mensagem. Voltando a Allport e Postman (1973, p.25), observa-se que:

O rumor é lançado e continua sua trajetória em um meio social homogêneo em virtude de ativos interesses dos indivíduos que intervêm em sua transmissão (...) Às vezes, o vínculo interesse-rumor é tão íntimo, que nos permite descrever o rumor como a projeção de um estado emocional completamente subjetivo [tradução da autora]⁵⁰.

As considerações feitas até aqui deixam claro que existem certas regularidades para a disseminação de rumores, mesmo que não sejam padronizações determinísticas ou

⁴⁸ *Rumor is believed to become false through distortions introduced in the course of serial transmission, and this too is often thought to be an essential characteristic of rumor.*

⁴⁹ (...) *despite the boredom which made everybody eager to receive any and every kind of information, A selected his receivers (D and E, not B or C). Furthermore, not all receivers did re-emit (D but not E).*

⁵⁰ *El rumor es lanzado y continúa su trayectoria en un medio social homogêneo, en virtud de activos intereses de los individuos que intervienen en su transmisión(...) A veces, el vínculo interés-rumor es tan íntimo, que nos permite describir el rumor como la proyección de un estado emocional completamente subjetivo.*

previsíveis. Isso acontece porque, apesar da tendência de uma uniformização no processo de difusão do rumor, não há uma transmissão de fluxo linear, pois todo o procedimento vai depender de fatores sociais e emocionais diversos dos sujeitos envolvidos, além do meio através do qual ele ocorrerá. De fato, esses aspectos do estudo sobre os rumores tradicionais terão grande influência na dinâmica dos boatos virtuais na Web, onde o repasse é feito com maior rapidez para uma pluralidade de receptores.

1.4 Rumor como falsa informação

Reconhecer a existência de tipos de informação⁵¹ baseando-se no conceito de Marchionini (seção 1.2) significa, tão somente, admitir o que se observa no cotidiano: há informações de todas as formas (palavras, signos, gestos, etc) e que podem ser consideradas úteis, relevantes e legítimas por alguns indivíduos e inúteis, sem importância ou inválidas para outros. Portanto, não há como ignorar a idéia de que o rumor é um tipo de informação, mesmo que alguns autores estabeleçam uma distinção para explicar determinadas questões.

Em se tratando de veracidade, como é possível observar, até o momento não se discutiu a questão sobre o rumor ser, de fato, uma informação falsa ou verdadeira. Kapferer (1990), entretanto, questiona o fato de os diversos autores não fazerem referência ao “valor-verdade” do rumor e não afirmarem ser o rumor uma “falsa informação”. “Apesar de os pesquisadores estarem cientes de que rumores não são necessariamente falsos, parece que eles, no entanto, sentem que devem desencorajar essa forma de expressão [tradução da autora]⁵²” (KAPFERER, 1990, p. 3).

Já é sabido que, antes mesmo dos primeiros trabalhos sistemáticos sobre a dinâmica do rumor, pesquisas psicológicas identificaram diversas condições ligadas ao fenômeno. Incerteza, ansiedade, envolvimento com resultados relevantes e ingenuidade são situações vinculadas ao rumor. Resumindo, os rumores surgem e se espalham “quando as pessoas estão incertas e ansiosas sobre um tópico de relevância pessoal para elas e quando o rumor parece

⁵¹ O estudo não pretende se aprofundar na discussão sobre os diversos conceitos de informação, apenas estabelecer um ponto para servir de base ao debate sobre rumor, visto que seu processo de transmissão é, de fato, um ato de comunicação.

⁵² *Although researchers are aware that rumors aren't necessarily false, it seems that they nevertheless feel they have to discourage this form of expression.*

crível, dadas as sensibilidades das pessoas envolvidas na propagação [tradução da autora]⁵³” (DIFONZO; BORDIA, 2005, p.87).

Também foi ressaltado que muitos rumores surgem justamente na ausência de uma explicação formal, para dar sentido a determinadas situações. “No cotidiano, os rumores raramente surgem fora da ‘realidade’; eles nascem, ao contrário, de fatos brutos, confusos [tradução da autora]⁵⁴” (Kapferer, 1990, p.3). A partir dessa visão, o autor elabora um quadro (Fig. 2) em que apresenta a diferença entre a simulação feita em laboratório – desenvolvida por Allport e Postman e aqui reproduzida como “Boca a boca” – e o que chama de “Processo do rumor”, que mostra o que ocorre com a informação a partir de um evento na vida real. Paralelamente ao processo de investigação formal, que vai resultar numa conclusão oficial sobre o acontecido, correm as informações não-oficiais, informais, resultado de uma ação coletiva, de troca de idéias, pontos de vista e “ouvi dizer”. Está criado o rumor, que Kapferer indica como “Uma Realidade Popular”, confrontando uma “Realidade Oficial”.

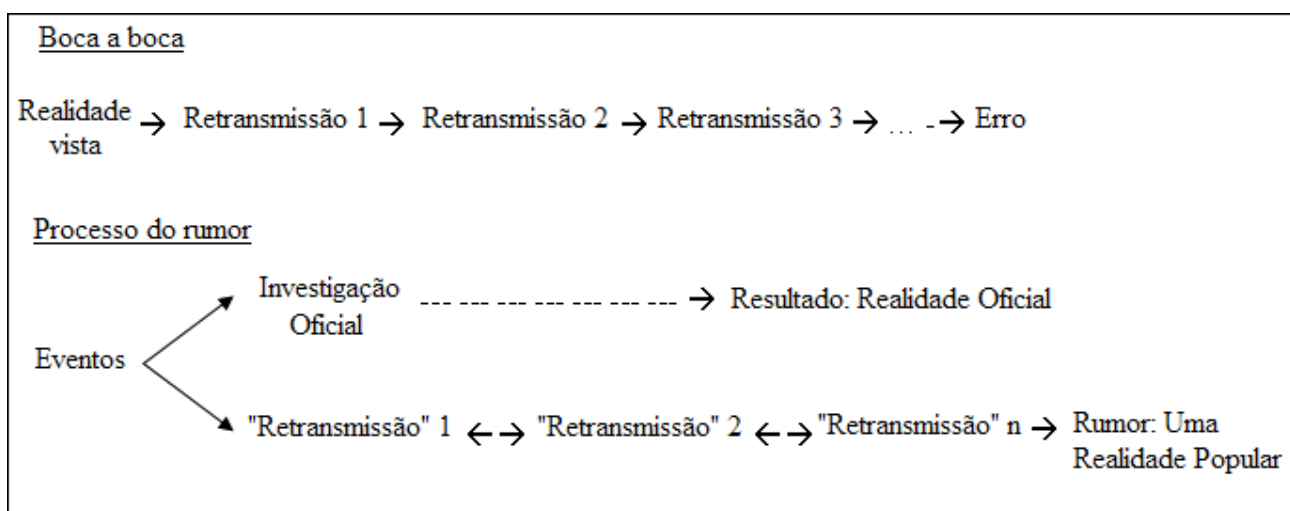


FIGURA 2. Diferenças entre experiência em laboratório e rumor na realidade.
Fonte: Kapferer, 1990

Como explicado anteriormente, no momento em que o rumor é transmitido, há interação entre quem o passa e quem o recebe. Emissor e receptor debatem e cada um pode adicionar detalhes à informação. No quadro da Fig.2, as setas \leftrightarrow apontam para esse fato. Assim, Kapferer resalta ainda que, no “Processo do rumor”, a palavra “retransmissão” está inapropriada, já que nenhuma informação é passada adiante unidirecionalmente. Entretanto, segundo ele, o rumor é realmente o consenso final das deliberações coletivas em busca de

⁵³ (...) when people are uncertain and anxious about a topic of personal relevance to them and when the rumor appears credible given the sensibilites of the people involved in the spread.

⁵⁴ In everyday life, rumors rarely arise out of “reality”; they spring, rather, from raw, confused facts.

explicações: “os rumores acarretam uma construção subjetiva da realidade [tradução da autora]⁵⁵” (KAPFERER, 1990, p.4-5). Essa visão vai ao encontro do que defendem DiFonzo e Bordia (2007, p.72) ao afirmarem que “a interpretação informal surgida desse processo coletivo se torna um rumor [tradução da autora]⁵⁶”. Por esse aspecto, Kapferer defende que os rumores não *partem da* verdade mas, ao contrário, *buscam* a verdade. Faz-se aqui uma ressalva a essa afirmação, na medida em que o autor desconsidera a existência dos rumores que são criados intencionalmente e usados como estratégia para prejudicar ou denegrir imagens de pessoas ou empresas.

Por outro lado, o autor também afirma que:

Uma vez que um rumor é qualificado como um “rumor” pelo público, deixa de ser propagado. Por outro lado, quando o público não reconhece o rumor como tal, ele continua a se propagar (...) Na realidade, é porque acreditam neles [rumores] que eles [público] os retransmitem e, sendo assim, existem rumores. Rumores não precedem a persuasão, eles são, antes, sua visível manifestação. Os rótulos “informação” e “rumor” não são atribuídos antes de se acreditar ou desacreditar: eles são conseqüências da crença ou descrença [tradução da autora]⁵⁷ (KAPFERER, 1990, p.12).

Nessa questão, Renard (2001) também distingue *informação* de *rumor* ao dizer que a linha que os separa é subjetiva, resultando de nossa própria convicção. Mas quando fazem essa distinção, ambos os autores se referem ao conceito de informação como a que pode ser atribuído credibilidade ou ao que chamam informação “pura e simples” – questão mencionada no início desta seção. Entende-se, assim, que as pessoas acreditam no rumor precisamente porque ele pode ser verdade – conceito que será discutido na seção 1.6. É para elas, portanto, uma informação considerada suficientemente importante para ser passada adiante. O lado emocional de um indivíduo e a realidade social em que ele vive podem levá-lo a crer no conteúdo de uma mensagem mesmo que ela não tenha fundamento. Voltando às palavras de Kapferer, percebe-se ainda a importância da persuasão nesse processo de transmissão de rumores. O indivíduo que persuade está levando o outro a aceitar uma dada idéia, mesmo que esta não corresponda à verdade. Como ressalta Citelli (2002, p.14), “persuadir não é apenas sinônimo de enganar, mas também o resultado de certa organização do discurso que o constitui como verdadeiro para o receptor”. Nesse sentido, na seção 2.6 serão abordados os elementos de legitimação mais utilizados para se persuadir o receptor de um rumor.

⁵⁵ (...) rumors entail a subjective construction of reality.

⁵⁶ The informal interpretation arising out of this collective process becomes a rumor.

⁵⁷ Once a rumor is qualified as a “rumor” by the public, it stops spreading. On the other hand, when the public does not recognize it as such, it can go on spreading. (...) In reality it is because they believe them that they retransmit them and that thus there are rumors. Rumors do not preced persuasion, they are rather its visible manifestation. The labels “information” and “rumor” are not attributed before believing or disbelieving: they are consequences of belief or disbelief.

Contados como casos verdadeiros num meio social, os rumores são enunciados breves, de criação anônima, no sentido de desconhecido, que “apresentam múltiplas variantes e conteúdos surpreendentes” (RENARD, 2006). Segundo Renard, a palavra rumor tem, essencialmente, dois *sentidos* possíveis e diferentes. O primeiro seria o sentido de informação não-verificada, um ruído que corre, que pode circular pela palavra, imprensa ou Internet. Nesse nível, a mensagem pode ou não ser verdadeira. Caso seja comprovada a veracidade, passa a ser uma informação válida. Se a mensagem revela-se falsa, estamos falando do segundo sentido de rumor: como falsa informação. “Eles são passados adiante num meio social como verdadeiros e atuais, expressando parte dos medos e esperanças daquele grupo [tradução da autora]⁵⁸” (RENARD, 2001)⁵⁹. É aqui que se identifica o rumor como *tipo* de informação: *falsa*, mas que continua circulando como se fosse verdadeira, ou ainda *não-verificada*, dependendo do nível em que se encontra a mensagem. Observa-se que o rumor só se distingue, assim, da informação “pura e simples” – isto é, da informação comprovadamente verdadeira, correspondente à realidade, legítima, validada ou o que quer que se apresente como oficial, formal, verificada.

Rumores têm a capacidade de apresentar uma solidez surpreendente no cenário social, ganhando importância em diferentes ambientes de convivência. “Eles atraem atenção, evocam emoção, incitam envolvimento, afetam atitudes e ações – e são ubíquos [tradução da autora]⁶⁰” (DiFONZO; BORDIA, 2007, p.3). O indivíduo que repassa essa informação de natureza duvidosa, muitas vezes o faz com a crença de estar “ajudando a divulgar” um fato de relevância social, como foi o caso apresentado da agulha infectada com o vírus HIV. Sociologicamente, no caso de o rumor ser uma falsa informação, as conseqüências dessa propagação podem ser nocivas. E um rumor com sua ressonância emocional é, na maioria das vezes, bastante difícil de ser efetivamente confrontado (FINE, 2005, p.5).

Baseando-se na idéia de que os rumores são produto tanto de eventos quanto da própria imaginação humana, Kapferer (1990) identifica seis tipos de rumor, quanto à origem e quanto ao processo de nascimento, explicitando-os no quadro a seguir:

⁵⁸ *They are passed on among a social milieu as true and current and expressing something of that group's fears and hopes.*

⁵⁹ Documento eletrônico não paginado.

⁶⁰ *They attract attention, evoke emotion, incite involvement, affect attitudes and actions – and they are ubiquitous.*

		Origem do rumor		
		Evento	Detalhe	Fantasia pura
Processo do nascimento	Espontâneo	1	2	3
	Provocado	4	5	6

FIGURA 3. Os seis tipos de rumor identificados por Kapferer. Fonte: Kapferer, 1990

Kapferer argumenta que nas três categorias de origem – a partir de um evento, de um detalhe não explicado de um acontecimento ou da simples fantasia de um indivíduo ou de uma população – os rumores podem surgir espontaneamente, refletindo processos naturais de grupos sociais. Entretanto, o autor nos mostra que os rumores também podem ser provocados, tendo seus objetivos variando entre a desinformação deliberada e a busca por sensacionalismo.

O tipo 1 seria resultado de um acontecimento que impressiona a opinião pública e que não apresenta uma solução. Sem uma versão oficial, a população busca explicação em discussões informais. O tipo 2 começaria de um detalhe, algo muito tênue que não chegou a ser noticiado, passou despercebido ou foi considerado sem importância especial. As lendas urbanas – que serão explicadas no item seguinte – nascidas espontaneamente, constituiriam o tipo 3, surgindo inexplicavelmente, sendo apenas fruto da imaginação. No tipo 4, há a introdução voluntária e intencional de hipóteses. Seriam as especulações, as suposições, muito utilizadas no meio político. O tipo 5 seria aquele rumor que chama atenção para detalhes com explicações sem fundamento - como no caso da personagem Hello Kitty, que será explicitado mais adiante (seção 2.7) como um exemplo. Finalmente, o tipo 6 seriam histórias criadas com propósitos certos, também como lendas urbanas, só que, nesse caso, provocadas.

O quadro desenvolvido por Kapferer é bastante amplo e pode ser usado para analisar alguns rumores que surgem na Internet. Entretanto, há outras questões a serem consideradas para se chegar a uma análise mais profunda desse fenômeno.

1.5 Folclore, fofoca, mitos e lendas urbanas

É comum que se confunda *rumores* com *fofocas*. Embora popularmente exista uma proximidade, as palavras têm conceitos diferentes e diferem ainda em função e conteúdo. O

rumor ou boato (mesmo quando falsa informação) busca dar sentido a situações ambíguas ou de incerteza, a força da fofoca se fundamenta em seu potencial social de criar e manter laços. Tanto a fofoca quanto o rumor podem ser inofensivos. Entretanto, podem também atingir níveis de grande relevância social. Mesmo que se associe fofoca a entretenimento, Thompson (2002) lembra que muitos escândalos são precedidos por fofocas e mesmo por boatos que os alimentam. O autor propõe, então, a seguinte distinção entre os termos:

Fofoca pode, ou não, ser verdadeira, mas o boato é sempre uma notícia não autenticada; uma notícia que foi definitivamente confirmada ou desconfirmada deixa, *ipso facto*, de ser boato. Ademais, enquanto a fofoca tende a ser nada mais que uma conversa informal sobre outras pessoas ou assuntos relativamente triviais, os rumores podem ser sobre qualquer outra coisa, incluindo assuntos muito sérios, e eles podem ter conseqüências de longo alcance (THOMPSON, 2002, p.55).

Aqui se faz apenas uma ressalva à idéia de Thompson sobre uma notícia “desconfirmada” deixar de ser boato. O presente estudo atenta justamente ao fato de uma informação falsa, de um boato já desmentido, continuar circulando como informação verdadeira. Entretanto, esta consideração não desmerece a diferença entre fofoca e rumor apresentada pelo autor.

Segundo DiFonzo e Bordia (2007, p.22) “o rumor é pretendido como uma hipótese para ajudar a dar sentido a uma situação incerta, enquanto que a fofoca entretém, cria vínculos e influencia normativamente membros de grupos”. Kapferer (1990, p.15) completa essa idéia explicando que “a fofoca refere-se ao objeto focal do rumor: certas pessoas em nosso grupo. (...) é muito fugaz e, assim, precisa freqüentemente ser substituída por fofoca fresca, que ainda tem todo seu sabor [tradução da autora]⁶¹”.

Já as *lendas urbanas* são entendidas como uma variação do rumor, também resultado de processos coletivos, ou o que Allport e Postman (1973, p.179) chamam de “rumor cristalizado”, por ser “uma voz que se recusa a calar-se”, transmitida de geração para geração. Segundo Cortazar Rodríguez (2004)⁶², a expressão “lenda urbana”, do inglês *urban legends*, surgiu no anos 1970-1980 entre os folcloristas americanos “para designar as anedotas da vida moderna contadas como verdadeiras mas que, na realidade, são falsas ou duvidosas [tradução

⁶¹ *Gossip refers to the rumor's focal object: certain people in our group. (...) it is very fleeting and must thus often be replaced by fresh gossip which still has all its flavor.*

⁶² Documento eletrônico não paginado.

da autora]⁶³”. Nesse sentido, o autor destaca que a palavra “urbana” não deve ser entendida como um sinônimo de “cidadino”, relativo a cidade, mas como sinônimo de “moderno”.

De acordo com Dunn e Allen (2005), muitos pesquisadores defendem justamente que as lendas urbanas não são uma forma separada distintamente da comunicação sociológica, mas um rumor narrativo. Os autores explicam que:

(...) enquanto as lendas tendem a ser mais complexas e parecidas com histórias que os rumores, ambos são transmitidos com a intenção de serem acreditados, são contados como sendo verdade e são difíceis de serem verificados [tradução da autora]⁶⁴ (HEATH; BELL; STERNBERG, 2001 apud DUNN; ALLEN, 2005)⁶⁵.

Entretanto, as lendas urbanas diferem em seu contexto, sua função e seu conteúdo primários (Fig.4). Rumores tendem a ser sobre eventos recentes, atuais ou tópicos de discussão, enquanto que as lendas, cheias de elementos narrativos, consistem tipicamente em histórias de séries de eventos que já aconteceram e servem também para entreter ou propagar valores morais em uma cultura (DiFONZO; BORDIA, 2007). Desse modo, muitas lendas urbanas acabam sendo inseridas em determinadas culturas populares.

Um bom exemplo⁶⁶ de uma lenda urbana contemporânea começou com um rumor sobre uma pessoa que teria acordado numa banheira de gelo e descoberto que seus rins haviam sido retirados após ela ter ingerido uma bebida misturada com um tipo de sedativo. Segundo o rumor, tudo aconteceu porque a pessoa teria se envolvido com alguém ligado ao tráfico internacional de órgãos que teria lhe aplicado o golpe “boa noite Cinderela” numa boate. Como rumor, o texto circulava afirmando que o fato teria acontecido “há alguns dias”, “na semana passada”, “na boate X”. Como era de se esperar, outras versões foram surgindo, adaptando a história aos ambientes em que era propagada. Ao ganhar tom narrativo, passou a circular como “alerta” para os jovens que freqüentam boates e bebem, porque o fato já teria acontecido inúmeras vezes.

⁶³ (...) *para designar las anécdotas de la vida moderna contadas como verdaderas pero que en realidad son falsas o dudosas.*

⁶⁴ (...) *while legends tend to be more complex and story-like than rumors, both are transmitted with the intention of being believed, are told as being true, and are difficult to verify.*

⁶⁵ Documento eletrônico não paginado.

⁶⁶ Disponível em diversos sites, como: <http://pessoas.hsw.uol.com.br/lendas-urbanas.htm> - Acesso em 01/12/2007

Contextos, conteúdo e funções do rumor, da fofoca e da lenda urbana			
	Contexto	Conteúdo	Função de grupo
Rumor	Eventos ou situações ambíguas ou ameaçadoras	Declarações de informação instrumentalmente relevante não verificadas	Dar sentido a uma ambigüidade Controlar uma ameaça ou uma potencial ameaça
Fofoca	Manutenção, estruturação ou desenvolvimento de rede social	Declarações de avaliação sobre a vida pessoal de indivíduos	Entreter Fornecer informação social Estabelecer, mudar ou manter a sociedade, a estrutura de poder ou as normas de um grupo
Lenda Urbana	Narração de histórias	Narrativas de entretenimento	Entreter Estabelecer, manter ou acrescentar valores ou tradições culturais

Nota. Cada gênero de comunicação pode apresentar todos os contextos, conteúdos e funções nesta tabela (e.g., o rumor também funciona para acrescentar tradições culturais e a fofoca também funciona para ajudar o grupo a dar sentido a uma ambigüidade), apesar de os contextos, conteúdos e funções essenciais de cada gênero estarem listados aqui.

FIGURA 4. Quadro de comparação entre rumores, fofocas e lendas urbanas.
Fonte: DiFonzo e Bordia, 2007

Também ligados a cultura e tradição de um povo, estão os mitos, narrativas que podem constituir desde fábulas e relatos fantásticos, cheios de simbolismos para explicar fenômenos naturais – como no caso da mitologia grega –, até afirmações inverídicas, fantasiosas ou inventadas. Apesar de não serem rumores, os mitos também podem ser disseminados com propósitos relacionados a valores morais ou sociais, mas podem ainda apenas representar algo idealizado. Nesse sentido, Caillois (1972, p.26) explica que os mitos estão ligados a projeções psicológicas e, em situações míticas, “o indivíduo (...) aparece preso aos conflitos psicológicos que naturalmente variam (mais ou menos segundo sua respectiva natureza) com a civilização e o tipo de sociedade aos quais ele pertence [tradução da autora]⁶⁷”.

Outra palavra que aparece constantemente nos estudos sobre rumores – e que, de certo modo, se aproxima do mito – é *folclore*⁶⁸, o conjunto de costumes, lendas, provérbios, manifestações artísticas em geral, preservado, através da tradição oral, por um povo ou grupo populacional; cultura popular. Folclore, segundo Carvalho Neto (1955, p.17) é “o estudo científico, parte da Antropologia Cultural, que estuda o feito cultural de qualquer povo, que se caracteriza principalmente por ser tradicional, funcional, anônimo, espontâneo e vulgar

⁶⁷ *L'individu (...) apparaît en proie à des conflits psychologiques qui naturellement varient (plus ou moins selon leur nature respective) avec la civilisation et le type de société auxquels il appartient.*

⁶⁸ Véronique Champion-Vincent, por exemplo, é uma folclorista da *Maison des Sciences de l'Homme*, em Paris, que aborda rumores e lendas urbanas como fatos sociológicos e antropológicos.

[tradução da autora]⁶⁹”. Ainda de acordo com o autor, a idéia de “transmissão” no folclore está inserida na palavra “tradição”.

Ser anônimo, no sentido de desconhecido, e ser transmissível também são características comuns ao rumor. Para completar, o dicionário Houaiss da Língua Portuguesa apresenta uma derivação por extensão de sentido, em que folclore significa coisa fantasiosa, inverídica. Entende-se, assim, a proximidade entre os estudos sobre folclore e os estudos sobre rumores e lendas urbanas.

1.6 Sentido de verdade

Ao analisar o sentido do rumor como uma informação falsa, que não corresponde à verdade, é preciso esclarecer o que se entende por *verdade*. Entretanto, isso nos levaria a um novo trabalho de pesquisa, visto que a discussão a respeito dos critérios de verdade, além de complexa, já existe há séculos, sendo o tema central dos filósofos desde os gregos (BRESSER-PEREIRA, 2006).

Aranha e Martins (1993, p.24) expõem as diversas visões de maneira resumida:

Para Descartes, o critério da verdade é a *evidência*. Evidente é toda idéia clara e distinta, que se impõe imediatamente e por si só ao espírito. Trata-se de uma evidência resultante da *intuição intelectual*.

Para Nietzsche é verdadeiro tudo o que contribui para fomentar a vida da espécie e falso tudo o que é obstáculo ao seu desenvolvimento.

Para o pragmatismo (William James, Dewey, Peirce), a *prática* é o critério da verdade. Nesse caso, a verdade de uma proposição se estabelece a partir de seus efeitos, dos resultados práticos.

Nos dois últimos casos, o critério da verdade deixa de ser um *valor racional* e adquire um *valor de existência*, que pode ser sintetizado na frase de Saint-Éxupéry: “A verdade para o homem é o que faz dele um homem”.

Há ainda os lógicos que buscam o critério da verdade na *coerência* interna do argumento. Verdadeiro seria então o raciocínio que não encerra contradições e é coerente com um sistema de princípios estabelecidos. (...).

A verdade pode ainda ser entendida como resultado do *consenso*, enquanto conjunto de crenças aceitas pelos indivíduos em um determinado tempo e lugar e que os ajuda a compreender o real e agir sobre ele.

Poder-se-ia também associar à verdade a nossa realidade, ou o que nos parece real nos acontecimentos. Contudo, as posturas que temos diante do real quando nos dispomos a compreendê-lo são diferentes, “a falsidade ou veracidade não estão na coisa mesma, mas no

⁶⁹ *Folklore es el estudio científico, parte de la Antropología Cultural, que estudia al hecho cultural de cualquier pueblo, que se caracteriza principalmente por ser tradicional, funcional, anónimo, espontáneo y vulgar.*

juízo, e portanto no valor da nossa afirmação. (...) dizemos que algo é verdadeiro quando *é o que parece ser*” (ARANHA; MARTINS, 1993, p.24). Como explica Hessen (1987), o fato de nossos juízos serem verdadeiros não nos é suficiente. Precisamos ter a certeza de que o são. E na busca por esta certeza, trabalhamos com nossa subjetividade. Nas palavras de Bresser-Pereira (2006)⁷⁰:

É certo que as ‘verdades’ das pessoas refletem enormemente seus interesses, mas isto não significa que a verdade seja relativa. Significa apenas que é difícil alcançá-la, é precária a capacidade que temos de fazer afirmações que sejam conformes com os fatos.

Fora do campo filosófico, Charaudeau (2006, p.48-49) ressalta que não se deve confundir *valor de verdade* e *efeito de verdade*, por também existir aí uma questão de crença, e, segundo o autor, “*verdade e crença*, tal como a distinção que operamos entre dois tipos de saber, estão intrinsecamente ligadas no imaginário de cada grupo social”. Charaudeau ainda defende que, diferentemente do valor de verdade, que se baseia na *evidência*, o efeito de verdade baseia-se na *convicção*. E afirma:

O *valor de verdade* (...) se realiza através de uma construção explicativa elaborada com a ajuda de uma instrumentação científica que se quer exterior ao homem (mesmo que seja ele quem a tenha construído), objetivante e objetivada, que pode definir-se como um conjunto de técnicas de saber dizer, de saber comentar o mundo. (...) O *efeito de verdade* está mais para o lado do "acreditar ser verdadeiro" do que para o do "ser verdadeiro". Surge da subjetividade do sujeito em sua relação com o mundo (CHARAUDEAU, 2006, p.49).

No caso dos rumores na condição de falsa informação, é preciso levar em conta a interpretação de cada indivíduo no momento em que recebe a mensagem e a repassa, ou seja, sua condição de acreditar que a mensagem é verdadeira. Como lembra Kapferer (1990, p.73), “aceitar a informação como verdadeira depende do quadro de referência que cada indivíduo usa para avaliá-la. Se a informação é coerente com o quadro de referência utilizado, adquire um alto grau de probabilidade de ser vista como verdade [tradução da autora]⁷¹”. A busca por sentido pode gerar diferentes interpretações, mesmo que estas não correspondam à “realidade”. “Os sentidos são produto de uma construção lingüística e histórica, que passa por um processo social no qual os sujeitos determinam e são determinados” (FERREIRA, 2000, p.75), de onde se pode concluir que outros fatores, ligados à percepção de cada indivíduo,

⁷⁰ Documento eletrônico não paginado.

⁷¹ *Accepting information as true depends on the frame of reference each individual uses to evaluate it. If the information is coherent with the frame of reference used, it acquires a high degree of probability of being held true.*

contribuem para a construção de um sentido de verdade para que receba, no caso, um rumor falso.

Charaudeau (2006) conclui ainda que cada tipo de discurso modula seus efeitos de verdade de uma maneira particular e é então, novamente fora do campo da filosofia, que ele apresenta sua explicação sobre *verdade* contrapondo à idéia do que é considerado *falso*. O autor ressalta que o ponto de vista que expõe é lingüístico, ligando de modo intrínseco a problemática do *verdadeiro* e do *falso* à linguagem, e justifica:

O verdadeiro e o falso como noções remetendo a uma realidade ontológica não pertencem a uma problemática lingüística. Entretanto, acham-se no domínio lingüístico noções como as de *significar o verdadeiro* ou *significar o falso*, isto é, produzir um valor de verdadeiro ou de falso por meio do discurso. A verdade, sob esse ponto de vista, avalia-se através de um dizer, logo, é uma questão que pode ser tratada segundo determinadas oposições: o verdadeiro seria dizer o que é *exatol* o falso seria dizer o *erro*; o verdadeiro seria dizer *o que aconteceul* o falso seria inventar *o que não aconteceu*; o verdadeiro seria dizer *a intenção oculta* o falso seria *mascarar a intenção* (mentira ou segredo); enfim, o verdadeiro seria fornecer *a prova* das explicações/ o falso seria fornecer explicações *sem prova* (CHARAUDEAU, 2006, p.88).

De certa maneira, esta explanação se aproxima à definição de verdade considerada “clássica” na filosofia, como a adequação do pensamento ao fato ou a concordância do conteúdo do pensamento com o objeto (BRESSER-PEREIRA, 2006; HESSEN, 1987), de onde se poderia novamente aproximar verdade de *realidade* e voltar à questão da subjetividade de cada um. Nesse sentido, Maturana (2001) lembra que a realidade é uma proposição que usamos para explicar nossas experiências e que, por causa de nossas emoções, é possível haver diferentes noções de realidade em diferentes culturas ou em diferentes momentos da história. Isso não quer dizer que tudo é relativo e que cada um constrói socialmente sua verdade ou sua realidade. O que ocorre é que “a distinção entre percepção e ilusão é feita a posteriori, desvalorizando-se uma experiência em relação a uma outra aceita como válida, sem saber se mais tarde ela será ou não desvalorizada em relação a alguma outra” (MATURANA, 2001, p.191).

Mas o que se pretende com este trabalho, quando se fala na preocupação com o *rumor como falsa informação sendo discutido como verdadeiro*, é apresentar não apenas a idéia de que o indivíduo atribui um valor de verdade à mensagem que recebe ou que a própria mensagem produz um efeito de verdade diferente em cada indivíduo. O objetivo é tão somente entender a divulgação de fatos não ocorridos, de informações que não correspondem à realidade, de dados inexistentes, que são tratados e entendidos como verdadeiros – isto é, como fatos ocorridos, como informações que correspondem à realidade, como dados

existentes. Sendo assim, a acepção que se adequa aos propósitos do presente estudo para o que se entende por *falso* e *verdadeiro* está exposta nas palavras de Charaudeau.

1.7 Proposta de modelo

Analisando autores e conceitos apresentados neste capítulo e num esforço para melhor esclarecer o nível em que será investigado o fenômeno rumor e sua dinâmica, propõe-se um esquema que exprime os caminhos que este pode percorrer a partir da apreensão do conteúdo da mensagem. Sabe-se que a informação não se multiplica por si mesma e que se pressupõe a presença de um sujeito no processo, bem como questões psicológicas e discursivas ligadas a ele. Entretanto, o modelo aqui apresentado não se volta para o sujeito, pois a análise das crenças e intenções de cada indivíduo ao passar adiante uma informação foge ao escopo do presente trabalho. O foco é no *rumor como falsa informação*. Também não é relevante sua origem ou *quem* dá início ao rumor – considerando seu caráter anônimo –, visto que a importância está na dinâmica do fenômeno.

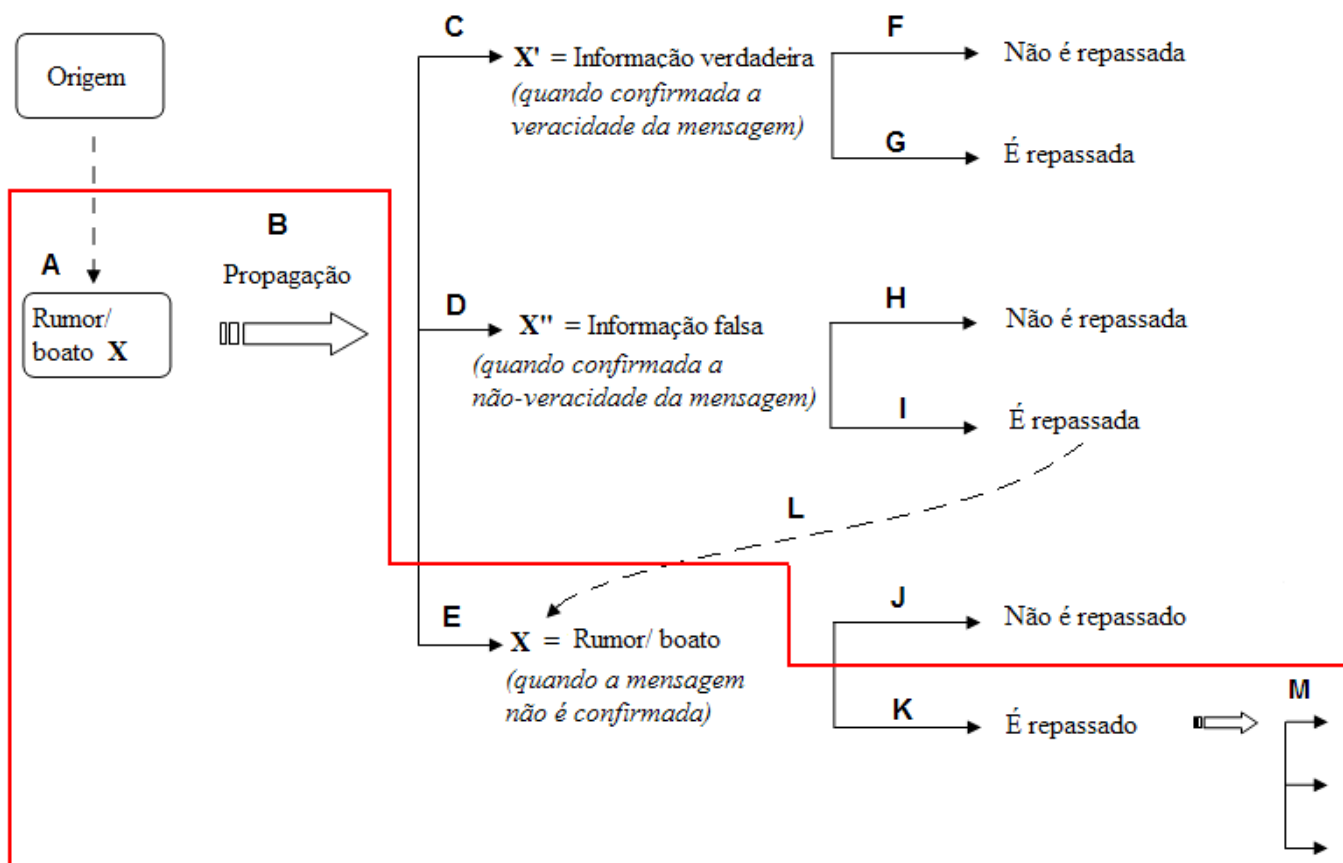


FIGURA 5. Caminhos que podem ser percorridos por um rumor a partir da apreensão de seu conteúdo pelo receptor (o traçado vermelho resalta o caminho em estudo)

A origem de um rumor pode estar ligada a um evento ou ser apenas uma invenção, o que não será analisado pelo presente estudo, visto que se busca a análise da dinâmica após a propagação. Também é preciso ter em mente que o modelo apresentado supõe uma multiplicidade de receptores a cada mensagem enviada, isto é, que **C, D, E, F, G, H, I, J e K** não representam um único receptor cada, podendo, cada um, representar um grupo de pessoas.

Na fase **A**, tem-se o ponto de partida de um rumor **X**, como uma *informação não oficial* ou *não verificada*. Na fase **B**, o rumor é propagado e, a partir de então, tem-se três caminhos que podem ser seguidos. Se o indivíduo que recebe o rumor **X** resolve verificar a autenticidade de seu conteúdo, pode descobrir tratar-se de uma *informação verdadeira* (**C**). Nesse caso, não há mais rumor, pois seu conteúdo corresponde à realidade (**X'**). Ciente, o indivíduo que recebeu a mensagem pode simplesmente não repassá-la (**F**) ou pode repassá-la a um sem número de outros indivíduos (**G**).

No caso de se confirmar a não-veracidade de seu conteúdo (**D**), o rumor **X** passa a ser uma *informação falsa* ou uma mentira (**X''**) e, ao ser reconhecido como tal, deixa de ser repassado *como rumor* (**H**). Entretanto, mesmo ciente de que o conteúdo da mensagem é falso, o receptor *pode escolher passá-la adiante*⁷² (**I**), dando continuidade ao rumor inicial (**L**), pois não há sentido em continuar repassando uma mentira ao entendê-la como tal. Neste ponto, a falsa informação (**X''**) volta ao status de *rumor como informação não oficial* ou *não verificada* (**X**) para o receptor que virá a seguir e se iguala à última alternativa existente após **B**, quando, ao ser recebido e repassado sem que haja qualquer verificação sobre sua autenticidade (**E**), o rumor **X** permanece como o rumor da fase **A**, onde seu conteúdo pode ser verdadeiro ou não⁷³. Neste caso (**E**), ele pode continuar sendo passado adiante (**K**) mesmo sem qualquer confirmação de sua veracidade, tendo em **M** uma nova propagação para um sem número de indivíduos.

Para fins desta pesquisa, entende-se *rumor* como uma informação não-verificada, sem fundamentação sólida, originada espontaneamente ou provocada (intencionalmente ou não) e propagada, mesmo quando falsa, como verdadeira num meio social por ser entendida como tal pelos indivíduos que a repassam. O que o presente trabalho propõe é a investigação de elementos da dinâmica dos rumores nas fases **A, B, E, K e M** no caso de **X** ser, de fato, uma

⁷² Não importa a este estudo avaliar as razões que levam o receptor a continuar repassando o que já sabe tratar-se de uma informação falsa.

⁷³ Não significa que não haja alteração de conteúdo da mensagem. **X** na fase **E** é igual a **X** da fase **A** porque permanece uma notícia não confirmada.

informação falsa não verificada por aqueles que a repassam como verdadeira, o que pode gerar sérias conseqüências.

Sendo o objetivo desta pesquisa a investigação da dinâmica dos rumores na Web, inserida na Internet, o capítulo seguinte visa, num primeiro momento, a análise e a compreensão desse ambiente de comunicação e sociabilidade que se constitui a rede mundial de computadores para, em seguida, expor o fenômeno dos boatos virtuais que circulam no ciberespaço.

2 INTERNET COMO CANAL DE RUMORES

Segue uma exposição do ambiente geral em que será estudado o fenômeno do rumor: a Internet. As próprias características da rede proporcionam um espaço de sociabilidade e comunicação aberta, facilitando a troca de informações. Com a emergência da Web 2.0, outras qualidades promovem uma maior integração do espaço já tão globalizado, onde o modelo comunicacional de interação *muitos-muitos* se destaca em meio às interações oferecidas pelos outros meios de comunicação, em especial, os meios de massa.

Como expõe Maturana (2001, p.197), “a tecnologia não é a solução para os problemas humanos, porque os problemas humanos pertencem ao domínio emocional, na medida em que eles são conflitos em nosso viver relacional”. O autor ressalta, inclusive, que o que vai determinar como uma nova tecnologia será utilizada é o tipo de ser humano no momento em que este tem acesso a ela, seja como usuário ou observador. Isso significa que, qualquer que seja a tecnologia, ela não será capaz de alterar um traço humano que já não esteja apto a sofrer mudanças naturalmente. Mesmo a Internet é capaz de desenvolver comportamentos, mas não mudá-los. “Ao contrário, os comportamentos apropriam-se da Internet, amplificam-se e potencializam-se a partir do que são” (CASTELLS, 2003, p.273).

Posto isso, ao analisarmos que o mundo *offline* já está, inquestionavelmente, repleto de farsantes, impostores, falsificadores e charlatões, pessoas que agem de má-fé, por pura diversão, interesse próprio ou mesmo criminosamente para criar uma farsa, um boato ou aplicar um golpe, como pensar que estes indivíduos não existiriam em um ambiente virtual, livre e desterritorializado, por onde é possível navegar anonimamente?

Tanto Thompson (2002) quanto Fine (2005) lembram que, apesar de os rumores, tradicionalmente, se espalharem através da interação face a face ou através da comunicação midiática, as mudanças tecnológicas e as modernas redes de comunicação alteraram sua difusão, proporcionando maior velocidade. “Hoje, uma importante fonte tanto da difusão quanto do controle do rumor é a Internet [tradução da autora]⁷⁴” (FINE, 2005, p.2). E é exatamente isso que será visto neste capítulo.

⁷⁴ *Today a major source of both the diffusion and the control of rumor is the Internet.*

2.1 A rede como espaço social

Castells (2003) define a Internet como “o tecido de nossas vidas neste momento. (...) um meio para tudo, que interage com o conjunto da sociedade”. A partir das idéias do autor, fica claro que a rede não é apenas mais uma tecnologia, mas um meio responsável por processos de profundas mudanças sociais, econômicas, políticas e culturais dessa sociedade em evolução. Claro que o acesso à rede é ainda restrito a uma parcela da população mundial e é preciso levar em consideração dados como a exclusão digital e a presença ocidental dominante quando discutimos, de maneira geral, a sociedade na Internet.

De qualquer modo, a rede mundial de computadores processa a virtualidade e a transforma em nossa realidade (CASTELLS, 2003). E com a virtualização dos espaços sociais, as relações interpessoais ficam significativamente modificadas, o que, de certa maneira, provoca a fragmentação de locais de sociabilidade e possibilita a criação de novos. Popularizada como um meio sem precedentes em termos de comunicação, capaz de provocar efeitos ainda maiores nos processos de produção e busca de informação, a vasta e onipresente rede global gera novos laços entre os seus usuários, assim como novos ambientes de sociabilidade, criando uma imensa rede social (virtual) que liga os indivíduos pelas mais diversas formas. “Isso dá uma noção de interação social” (MARCUSCHI, 2005, p.20), que fica ainda mais forte com a criação de comunidades virtuais eletrônicas, agregações em torno de interesses comuns, independentes de fronteiras ou demarcações territoriais fixas (LEMOS, 2002, p.93).

Sendo os *Websites* acessíveis de qualquer parte do globo e sendo as comunidades virtuais desterritorializadas, sua existência não depende de locais geográficos. O mesmo acontece com qualquer blog, *site* pessoal, fórum de discussão ou ambiente de produção coletiva, “as singularidades locais universalizam-se e todos os pontos de vista estão virtualmente presentes em cada ponto da rede” (LÉVY, 2003, p.373). Também a interface da rede possibilita que a identidade da pessoa esteja resguardada pelo anonimato do mundo virtual. Ou seja, não havendo uma maneira incontestável de se confirmar a aparência de um indivíduo ou seus dados pessoais através de um aparato tecnológico, um único internauta pode aparecer no mesmo espaço de diversas maneiras, em diferentes momentos. Qualquer pessoa com acesso à Internet pode se conectar de qualquer parte do globo e a rede, como dito anteriormente, não tem capacidade para identificar seus usuários *offline*, do mesmo modo que não reconhece caráter, moral ou índole. Grosso modo, não importa quem é e onde se encontra,

no mundo físico, o indivíduo que navega na Internet. Importa ele ter acesso à rede e participar de todo e qualquer processo de interação social que lhe é permitido tecnologicamente.

Nessa linha de raciocínio, Delarbre (2006) destaca que, dentro de uma comunidade virtual, ainda são pessoas “de verdade” que ali se encontram, mesmo estando fisicamente distantes e invisíveis, graças à tecnologia. “As pessoas mantêm sua individualidade quando se envolvem em alguma tarefa participativa na Internet. (...) Mais que público, temos comunidades compostas por indivíduos [tradução da autora]⁷⁵” (DELARBRE, 2006, p.112).

2.2 Rápida difusão, memes e o Orkut

Somada à responsabilidade do internauta pelo conteúdo que este expõe, está ainda a questão da rapidez com que as informações se propagam na Internet, definida por Barabási e Bonabeau (2003) como uma rede “sem escala”. Segundo os autores, redes sem escala possuem poucos nós altamente conectados e um grande número de nós com poucas conexões. Os nós altamente conectados, ou *hubs*, tendem a receber sempre mais e mais conexões.

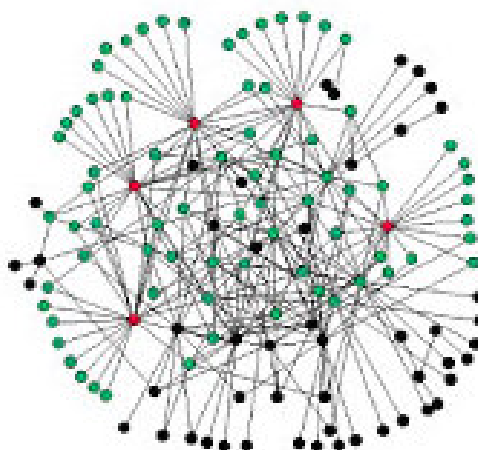


FIGURA 6: Funcionamento das redes sem escala proposto por Barabási e Bonabeau
Fonte: <http://multimedia.maimonides.edu/?es/articulos/tecnologia/1484/1542.img>

Ainda de acordo com os autores, o conhecimento das redes sem escala tem implicações sobre a compreensão do alastramento de vírus de computador, doenças e modas,

⁷⁵ *La gente mantiene su individualidad cuando se involucra en alguna tarea participativa na Internet. (...) más que público tenemos comunidades compuestas por individuos.*

por exemplo. “As teorias de difusão, estudadas intensivamente durante décadas tanto por epidemiologistas quanto por especialistas em marketing, prevêem um limiar crítico para a propagação de uma epidemia em meio a uma população” (BARABÁSI; BONABEAU, 2003, p.70). O problema, segundo eles, é que pesquisadores descobriram que esse limiar numa rede sem escala é zero, o que significa que “todos os vírus, mesmo os pouco contagiosos, se alastrarão e permanecerão no sistema” (BARABÁSI; BONABEAU, 2003, p.70). Por que isso? Porque apesar de a tolerância a falhas aleatórias ser grande numa rede desse tipo, se os nós centrais, os *hubs*, forem atacados, toda a rede fica vulnerável. Pressupõe-se, assim, que o conceito possa ser empregado em qualquer tipo de informação disponível na Internet. E aplicado a rumores que constituem falsas informações, tem-se, então, uma disseminação rápida e abrangente de um conteúdo enganoso.

Considerando que as possibilidades de comunicação muitos-muitos se estenderam a um número sem precedentes de pessoas, de uma maneira ou de outra, as informações que são colocadas na rede circulam rapidamente. Landow (1997) sustenta que a história da tecnologia da informação, da escrita ao hipertexto, revela uma democratização ou disseminação crescente de poder. O autor expõe que:

a escrita começa esse processo, exteriorizando memória ela converte conhecimento da posse de um à posse de mais de um (...) O empurrão democrático das tecnologias da informação deriva de sua informação difundida e da força que tal difusão pode produzir [tradução da autora]⁷⁶ (LANDOW, 1997, p.277).

Nesse sentido, Champion-Vincent e Renard (2002)⁷⁷ ressaltam que, na Internet, uma mensagem é feita para circular, “seja porque contém um aviso que deve ser difundido ou uma informação que deve ser partilhada, seja porque, de maneira geral, a Internet repousa sobre uma ideologia e uma mitologia da rede, da comunicação e da transparência [tradução da autora]⁷⁸”. O indivíduo, então, está autorizado a fazer circular sua mensagem. De fato, o que se pode observar é que, à criação da Internet, seguiu-se um processo em que foi dado ao homem comum o poder de, literalmente, manipular as informações de um grande meio de comunicação, algo impensável até algumas décadas atrás.

⁷⁶ *Writing begins this process, for by exteriorizing memory it converts knowledge from the possession of one to the possession of more than one. (...) The democratic thrust of information technologies derives from their diffusing information and from the power that such diffusion can produce.*

⁷⁷ Documento eletrônico não paginado.

⁷⁸ (...) *soit parce qu'il contient un avertissement qu'il faut diffuser ou une information qu'il faut partager, soit parce que, de manière générale, Internet repose sur une idéologie et une mythologie du réseau, de la communication et de la transparence.*

Mas além de características próprias da Internet permitirem a rápida propagação de um grande número de informações falsas, atingindo um grande número de pessoas, alguns ambientes de produção coletiva têm uma força ainda maior para a circulação dos boatos virtuais. Há os *sites* de webjornalismo participativo, de organização de informações, os blogs, a enciclopédia de escrita colaborativa, e inúmeros exemplos representativos da chamada Web 2.0. Em todos esses espaços, há facilidade de se fazer circular falsas informações. Para Berners-Lee⁷⁹, o aumento de blogs, por exemplo, é uma das áreas mais difíceis para o contínuo desenvolvimento da Web, devido aos riscos associados a informações inexatas, difamatórias e não verificáveis.

Este trabalho volta-se especificamente aos boatos nas chamadas comunidades virtuais. E por que estes ambientes impulsionam a propagação de rumores da Web? Voltando a DiFonzo e Bordia (2007, p.16), os autores destacam que os rumores, num certo sentido, são uma subclasse de *memes*⁸⁰, “idéias que sobrevivem através de processos similares aos da seleção natural; rumores que “não se encaixam” morrem – param de circular – enquanto os que “se encaixam” persistem”. *Mememes* podem ser descritos como idéias ou informações que se espalham a partir de sua replicação. Agem como genes, competindo para “espalhar sua informação em uma população social do mesmo modo que os genes competem para espalhar seu conteúdo informacional em uma população biológica [tradução da autora]⁸¹”.

Partido dessa idéia, e citando Heylighen, Recuero (2006b)⁸² explica que encontramos na Internet um ambiente fecundo para a propagação de memes, visto que a informação digitalizada proporciona uma maior fidelidade da cópia original do meme, bem como a facilidade de propagação pela própria estrutura da rede. O que se observa é que, tendo os rumores uma dinâmica similar à de memes, sua transmissão e replicação ficam visivelmente mais fortes nos ambientes virtuais de produção/ escrita coletiva, porque são espaços onde se formam redes de sociabilidade.

Bastante popular no Brasil, o Orkut⁸³ é um sistema que proporciona formas de interação social mediada por computador, proporcionando também o surgimento das redes sociais (RECUERO, 2006). Por esse motivo, alguns laços sociais podem parecer mais fortes e

⁷⁹ Em entrevista ao *The Guardian*. Disponível em

<http://technology.guardian.co.uk/news/story/0,,1938477,00.html> – Acesso em 20/05/2007

⁸⁰ O conceito de *meme* foi cunhado por Richard Dawkins, no livro “O Gene Egoísta”, de 1976.

⁸¹ *Mememes compete to spread their information though a social population in the same ways genes compete to spread their information content through a biological population*” - The Meme Factory, Inc., Disponível em <http://www.meme.com/> - Acesso em 11/05/2007

⁸² Documento eletrônico não paginado.

⁸³ Disponível em <http://www.orkut.com> – Acesso em 20/05/2007

as informações são repassadas como sendo de “fontes seguras”. Um internauta que participa de um grupo formador de uma comunidade no Orkut pode se sentir “entre amigos”, dando mais credibilidade a informações propagadas por seus companheiros. Com a mesma intensidade, pode se sentir fazendo um “ato de bondade” ao colocar um tópico sobre um acontecimento muito grave com conseqüências terríveis para aqueles que não estiverem atentos ao assunto. Sendo as informações mais um exemplo de rumor que circula na Web, em ambos os casos, todos da comunidade estarão sendo vítimas de um boato virtual.

Tem-se, portanto, Internet como um meio de comunicação de alcance global, sobre um suporte tecnológico que permite a livre navegação de pessoas, inclusive sob anonimato, a publicação facilitada e o acesso irrestrito a seu conteúdo multimídia. Além de as características da rede possibilitarem a rápida disseminação de qualquer conteúdo no ciberespaço, ambientes de produção coletiva fortalecem o processo de formação de redes sociais e a troca de informação. Tais entendimentos são relevantes para o desenvolvimento das seções a seguir.

2.3 Categorias de falsas informações na Web

Desinformar, enganar, mentir ou “pregar peças” não são comportamentos sociais atuais. Histórias fantasiosas e informações falsas são parte dos processos comunicacionais e podem até ganhar status de verdade quando disseminadas por um meio de comunicação:

Séculos antes de rumores e lendas começarem a circular tão extensa e rapidamente pela Internet e em variadas mídias impressas, os mundos medieval e da Renascença tinham seus próprios meios de disseminar largamente narrativas fictícias que achavam seu caminho no tecido social da vida legal, política e religiosa [tradução da autora]⁸⁴ (GAUVARD, 1994; BEAUNE, 1994 apud ENDERS, 2005, p.15).

Ressalta-se neste trabalho uma fase do rumor. Mas é preciso situá-lo numa ampla rede de conteúdos enganosos. Assim como ao longo da História diferentes rumores circularam em diversos ambientes sociais, através de múltiplos meios de comunicação, também na Web nem todos os boatos virtuais que circulam são iguais. Há várias formas de rumores, que podem ser diferenciados a partir de critérios estabelecidos. De início, como dito anteriormente, Kapferer identificou seis tipos, levando em conta sua origem e seu processo de nascimento. Com o

⁸⁴ *Centuries before rumors and legends came to circulate so widely and rapidly over the Internet and in various print media, the medieval and Renaissance worlds had their own ways of disseminating largely fictitious narratives that woke their way into the social fabric of legal, political and religious life.*

advento da Internet, Renard e Campion-Vincent (2002)⁸⁵ já levam em consideração o novo suporte tecnológico e ambiente de propagação de informações e estabelecem sete tipos de mensagens que eles chamam de “rumorosas” – de origem e/ou veracidade duvidosa – circulando na rede:

- a) Os alertas de vírus informáticos (que podem ser falsos ou verdadeiros);
- b) As correntes mágicas ou supersticiosas (forma eletrônica das correntes de cartas de antigamente);
- c) As correntes de solidariedade (criança doente, criança desaparecida, etc.)
- d) As petições;
- e) Os rumores propriamente ditos (falsas informações);
- f) As lendas urbanas (ou pseudo *faits divers*⁸⁶);
- g) As histórias engraçadas, fotos ou desenhos humorísticos (piadas, paródias, etc).

Os dois autores limitam-se a identificar, assim, os tipos de informações rumorosas que circulam basicamente por correio eletrônico. Propõe-se, então, ir além, lembrando que nem toda informação falsa produzida e/ou divulgada na Internet pode ser considerada um *hoax*. Ampliando o campo de atuação e os meios utilizados para a produção e a divulgação desse tipo de conteúdo, inclusive levando em consideração o caráter multimídia da rede, é possível identificar-se as outras formas de falsa informação no mundo virtual. Como já foi exposto, os boatos virtuais são apenas uma delas.

Não havendo ainda uma tipologia de falsa informação na rede definida, são propostas aqui três categorias⁸⁷, com tipos criados a partir de uma observação sistemática e tendo o conteúdo como critério para as divisões: invasivo, evasivo e inerme.

Invasivo é um tipo intencional de mensagem, de conteúdo normalmente ofensivo ou mesmo criminoso, com o intuito de prejudicar pessoas e/ou empresas. Nesta categoria pode-se encontrar:

⁸⁵ Documento eletrônico não paginado.

⁸⁶ O que o autor entende como notícias, relatos que são descritos de modo aumentado, fantástico ou bizarro para fugir da banalidade cotidiana.

⁸⁷ As palavras e/ou expressões aqui listadas são resultado de observação sistemática, apenas para indicar neste trabalho uma diferença entre os tipos de falsa informação que podem ser encontradas na Internet. Tal diferenciação é relevante neste momento para ressaltar, mais adiante, o objeto estudado.

- a) o vandalismo: quando o conteúdo em ambientes de produção aberta/coletiva (como na Wikipedia) é alterado ou inventado, o que pode ser feito por qualquer usuário com acesso a tais ambientes;
- b) o vandalismo cracker: que pode ser visto como um subtipo do anterior, quando a alteração do conteúdo ou programação do *site* é feita através da invasão do sistema;
- c) o conteúdo difamatório: quando é feita uma montagem (de foto ou vídeo), criação de página ou perfil em comunidades virtuais com informações falsas sobre um indivíduo ou grupo, com o intuito de prejudicar;
- d) a armadilha: quando um link ou arquivo leva o internauta a receber um vírus ou ser conduzido para um *site* de *phishing*⁸⁸;
- e) a falsidade material ou ideológica: quando um indivíduo ou grupo se passa por outro virtualmente ou esconde a identidade real com o intuito de enganar, prejudicar ou obter informações de terceiros – pode ser aliada ao vandalismo cracker –, como extensão do crime que já ocorre no mundo *offline*;

Evasivo é o tipo em que o conteúdo contém erro ou desinformação que leva o receptor a entender algo que não corresponde à realidade, podendo ou não ter o intuito de prejudicar. Aqui se encontram:

- a) o conteúdo descontextualizado: quando uma informação, apesar de verdadeira, é apresentada fora de seu contexto temporal ou local, tornando-se, naquele momento, falsa;
- b) a propaganda enganosa: quando informações comerciais não correspondem à realidade do negócio, como extensão do que já ocorre no mundo físico;
- c) a notícia mal-apurada: quando ocorrem erros de informação devido a desinformação ou falta de apuração de fatos em *sites* noticiosos, como extensão do que já ocorre nas mídias tradicionais;
- d) o boato virtual (*hoax*): quando um rumor ou lenda urbana circula e é repassado como se fosse verdadeiro, podendo ou não trazer conteúdo difamatório.

Inerme é o tipo em que o conteúdo é inofensivo, sem o intuito de prejudicar, deixando claro ou não que se trata de falsa informação. Esta categoria inclui:

⁸⁸ Modalidade de fraude em que são criadas páginas falsas que induzem o internauta a fornecer dados confidenciais a partir de e-mails com supostos avisos de bancos, sites de compras e outras instituições.

- a) o conteúdo humorístico: quando uma foto, vídeo, texto ou áudio não-verdadeiros são apresentados propositalmente alterados, apenas como entretenimento;
- b) a prótese: quando um internauta inventa informações sobre si para se promover ou cria um perfil ou *nickname* para entrar em comunidades, fóruns e salas de bate-papo, sem o intuito de prejudicar terceiros;

Apesar de apenas os boatos virtuais se encaixarem no conceito de rumor, todos os tipos de falsa informação descritos acima podem ser encontrados na Internet, apresentando características de uma ou mais categorias⁸⁹ ao mesmo tempo. Mas isso não significa que são facilmente identificados por um internauta, seja ele experiente ou novato. Soma-se a isso o fato de não haver uma fiscalização do conteúdo produzido e publicado na rede. Não havendo um controle organizado globalmente, governos, entidades, instituições e meios de comunicação em diversos países procuram formas distintas de evitar possíveis prejuízos que possam ser causados pela divulgação virtual de falsas informações. Nesse sentido, *sites* de toda a natureza, mesmo os pretensamente abertos, em ambientes de produção coletiva, buscam manter sua integridade e credibilidade, protegendo-se de internautas mal-intencionados.

Um bom exemplo é a *Wikipedia*⁹⁰, enciclopédia *online* cooperativa em que todos os colaboradores têm o direito de escrever e editar qualquer texto. Primo e Recuero (2003), explicam que “o objetivo do projeto é produzir uma enciclopédia que reúna o conhecimento humano em profundidade e abrangência”, independentemente do caráter e da índole do internauta que vai escrever nesse ambiente coletivo. E para garantir a credibilidade das informações disponíveis na enciclopédia, várias medidas já foram tomadas. A versão em português⁹¹, por exemplo, explica que “a fim de evitar erros e aumentar o nível de merecimento de confiança de usuários, exige-se, na Wikipédia, a realização de um cadastro para os editores da obra”. Há também os “Wikipedicaólicos” (do inglês *wikipedicalolics*)⁹², que fiscalizam “sempre que possível”, a qualidade dos verbetes, corrigindo erros de informações. Para completar, existem ainda as “páginas protegidas”, que, para evitar os vândalos, só podem ser editadas pelos administradores. Na versão em inglês, o próprio verbete “wikipedia” está protegido – assim como “Hitler” e “Jesus”, por exemplo.

⁸⁹ A criatividade no ciberespaço permite inovações e atualizações constantes.

⁹⁰ Disponível em <http://www.wikipedia.org/> - Acesso em 15/06/2007

⁹¹ Disponível em <http://pt.wikipedia.org/wiki/Wikip%C3%A9dia> - Acesso em 15/06/2007

⁹² Disponível em <http://pt.wikipedia.org/wiki/Wikip%C3%A9dia> - Acesso em 15/06/2007

Mesmo com tantos cuidados, casos de falsa informação na enciclopédia livre com sérias conseqüências já foram reportados. Em um deles, noticiado pela *Associated Press (AP)*⁹³ em dezembro de 2005, um homem publicou a informação de que John Seigenthaler, um respeitado jornalista dos Estados Unidos, tinha ligação com o assassinato dos Kennedy e teria vivido na União Soviética de 1971 a 1984. Intitulada “Apology for Fake Wikipedia Post”, a matéria diz que Brian Chase, autor da falsa biografia, teria feito apenas uma brincadeira com o jornalista e – para surpresa geral – não sabia que a Wikipedia era usada como uma ferramenta séria de referência. Além de grande repercussão na imprensa americana, o caso ainda motivou Seigenthaler a escrever um editorial no *USA Today* colocando em dúvida a credibilidade da enciclopédia *online*.

2.4 Ambiente potencializador

Sendo, então, uma tecnologia e meio de comunicação usado como uma extensão do próprio homem, a Internet permite, paradoxalmente, manifestações humanas visando ajuda ou dano a outros indivíduos. Ao mesmo tempo em que é cenário de esforços de solidariedade e cooperação, a liberdade na rede “é fonte de excessos, abusos e confusões” (DELARBRE, 2006, p.159). Por outro lado, sob uma aparência de mídia visual (como uma televisão ou um *outdoor*), a Internet se aproxima bastante da comunicação oral – seja numa interação face a face, seja através de um telefone. A diferença é que ela permite a difusão simultânea de uma mensagem a partir de uma única fonte para uma pluralidade de destinatários (CAMPION-VINCENT; RENARD, 2002).

Voltando ao esquema apresentado por Kapferer sobre o fluxo de informação analisado na experiência de Degh e Vazsonyi (seção 1.3) é possível observar que, se no rumor tradicional, apesar de não haver uma transmissão linear, unidirecional, elementos sociais influenciam o comportamento de quem retransmite a mensagem, fazendo com que indivíduos escolham, a partir de uma série de fatores, *a quem* será repassada a informação, a disseminação observada na Internet, a partir das próprias facilidades permitidas pela rede, sem condições temporais ou territoriais, não pode ser vista como o esquema apresentado anteriormente:

⁹³ A matéria pode ser encontrada em diversos *sites*, noticiosos ou não. Como exemplo, em <http://wired-vig.wired.com/news/avantgo/story/0,2278,69810-1,00.html> - Acesso em 15/06/2007

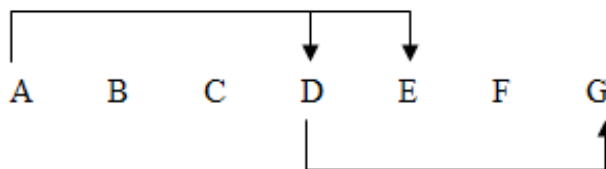


FIGURA 7. Fluxo do rumor observado por Degh e Vazsonyi (Fig.1). Fonte: Kapferer, 1990

Dentro do que foi exposto até o momento, nas condições estabelecidas, e levando-se em consideração o acesso à rede, esse fluxo do rumor, hoje, abrange um número muito maior de indivíduos emissores e receptores numa velocidade potencializada pelas características da própria Internet, levando à compreensão de que, se uma experiência fosse conduzida nos dias atuais, o esquema poderia se parecer mais com a figura a seguir:

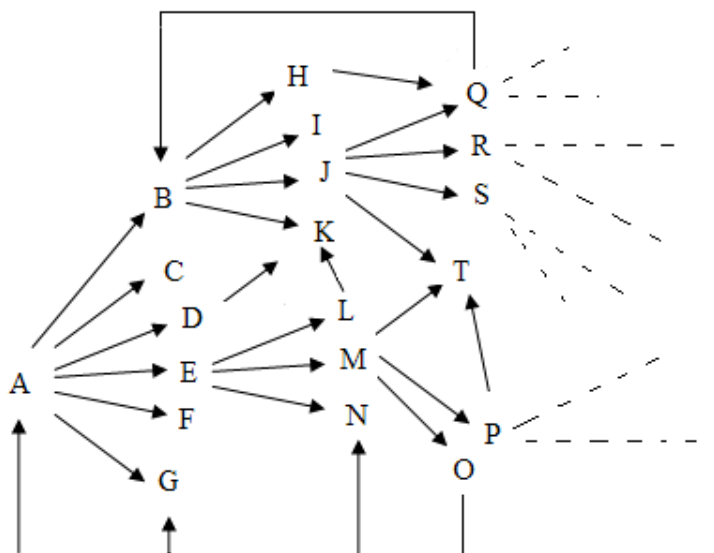


FIGURA 8. Fluxo do rumor nos dias atuais, elaborado a partir do esquema de Degh e Vazsonyi

E relembando o caminho em estudo (Fig.5), é possível compreender o alcance de uma informação falsa na rede ao se visualizar as fases em que está inserida a Figura 8 no modelo apresentado anteriormente, que, frisou-se, supõe uma multiplicidade de receptores a cada mensagem enviada:

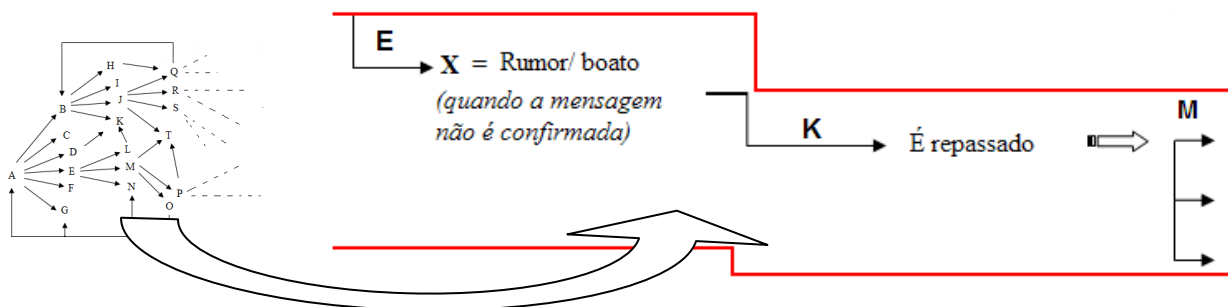


FIGURA 9. Fluxo do rumor dos dias atuais visualizado no caminho em estudo da Figura 5

Desse modo, as características da rede a elegem como o meio ideal de transmissão de rumores, permitindo uma difusão sem precedentes (RENARD, 2002) de falsas informações. Como explica Renard, a difusão é fácil (duplica-se páginas e usa-se o “copiar e colar” para se anexar arquivos a um e-mail, por exemplo), é múltipla (permite uma transmissão em rede, não linearmente), é internacional (permite circulação em todos os continentes) e é rápida (pode-se retransmitir em poucos minutos uma mensagem que se julgue interessante).

Froissart (2002), resume essa idéia da seguinte maneira:

Porque a Internet propõe uma orgia de textos sobre todos os gêneros, porque a Rede das redes parece governada por todo mundo ou por ninguém, porque não importa quem se conecta não importa quando para dizer não importa o quê, porque também a Internet é um mecanismo complexo cuja decifração não é fácil, podemos dizer que a Internet seria a mídia sonhada pelo rumor [tradução da autora]⁹⁴.

De fato, desde a popularização da Internet, qualquer internauta é capaz de dar inúmeros exemplos de boatos virtuais que tenha recebido por *e-mail*, mesmo que a definição só tenha sido percebida algum tempo depois – um rumor só é entendido como tal após a constatação de que se trata de uma mensagem falsa; caso contrário, é visto como informação válida. Entretanto, apesar de se espalharem preferencialmente por *e-mails*, a propagação de rumores e lendas urbanas tem ganhado força em comunidades virtuais, blogs, *sites* pretensamente sérios, noticiosos ou mesmo propositalmente enganosos, que aplicam “pegadinhas” nos desavisados⁹⁵.

O que se considera preocupante – e que ficou claro na seção anterior – é que nem todo conteúdo falso na rede é inofensivo. Nesse sentido, Renard (2007, p.25) explica que, apesar de haver mais gente que duvida do que pessoas que realmente acreditam, “mesmo uma minoria que acredita no boato pode causar conseqüências sociais graves”. Complementando esta idéia, DiFonzo e Bordia (2007, p.42) lembram que “os efeitos do rumor ocorrem mesmo que os próprios rumores não sejam acreditados [tradução da autora]⁹⁶”. E a partir do momento que as informações circulantes são falsas e podem ser prejudiciais para um indivíduo, uma comunidade ou mesmo uma instituição, um simples boato virtual toma proporções maiores.

⁹⁴ *Parce qu'Internet propose une orgie de textes dans tous les genres, parce que le Réseau des réseaux semble gouverné par tout le monde ou personne, parce que n'importe qui se connecte n'importe quand pour dire n'importe quoi, parce qu'aussi Internet est une mécanique complexe dont le décryptage n'est pas aisé, on a pu dire qu'Internet était le médium rêvé de la rumeur.*

⁹⁵ É o caso do site *Cocadaboa* (www.cocadaboa.com), que se orgulha de ser irônico e traz no pé da página a seguinte mensagem: “Atenção: Nosso conteúdo é 100% humorístico e/ou mentiroso. Quer nos processar? Boa sorte, estamos hospedados na Eslovênia”.

⁹⁶ *Rumor effects occur even if rumors themselves are not believed.*

Em novembro de 2006, por exemplo, o portal *Terra*⁹⁷, trazia a seguinte notícia: “Internauta é detido por divulgar rumor sobre tráfico de órgãos”. A matéria, retirada do portal de notícias *Xinhuanet*, apresentava um caso curioso, de um homem preso por ter divulgado um rumor em um *site* sobre o tráfico de órgãos, espalhando uma história de um estudante de Cantão que teria sido drogado durante uma festa para que seus rins fossem extraídos e vendidos. Detido pela polícia, o internauta confessou que divulgou o rumor sem ter confirmado se era verdade. A mensagem se espalhou com rapidez em diversos *sites* e muitos usuários receberam em seus e-mails avisos para evitar cair nas mãos desta suposta “máfia de órgãos” caso viajassem para Cantão. Segundo a polícia, o rumor causou um grande pânico entre a população local. O mais interessante nesse caso é que, em todo o mundo, o mesmo boato assumiu diversas versões e tornou-se uma lenda urbana, como foi mencionado na seção 1.5, adaptando-se a localidades, apesar de estar circulando num meio de comunicação global.

Mesmo sendo desmentido depois, é pouco provável que se desfaçam os danos causados por um rumor, quando este é deliberadamente falso. Não há, efetivamente, um controle na Internet quanto ao tempo de exposição ou circulação de um determinado conteúdo. Tal característica da rede, inclusive, suprime o maior “problema” da circulação de rumores: a ausência de memória. Em entrevista ao *site JDNet*⁹⁸, Kapferer explica que, no caso de um rumor normal, que não passa pela Internet, a memória é falha, ou seja, o rumor pode ser esquecido ou deformado. A “vantagem” da rede é o fato de poder se atingir um grande número de pessoas rapidamente, mantendo-se a essência do rumor. Analisando a transmissão do rumor tradicional, onde a mensagem original acaba sendo distorcida, compreende-se que “com a Internet, há uma descontinuidade fantástica no funcionamento dos rumores [tradução da autora]⁹⁹” (KAPFERER, 2001). E apesar de o próprio Kapferer (1990, p.107) afirmar que “todo rumor é destinado a morrer algum dia [tradução da autora]¹⁰⁰”, o que se observa é que, de fato, rumores não “morrem”. Eles podem permanecer adormecidos em determinados ambientes sociais ou ganhar novas características para se adaptarem a outras culturas, muitas vezes transformando-se nas já citadas lendas urbanas. Mas eles não desaparecem, simplesmente. Allport e Postman (1973, p.11), ao definirem o rumor como de caráter específico e limitado, admitem que ele seja, geralmente, de interesse temporário, mas

⁹⁷ Disponível em <http://tecnologia.terra.com.br/interna/0,,OI1258440-EI4802,00.html> – Acesso em 20/04/2007

⁹⁸ Entrevista divulgada em 26 de janeiro de 2001. Disponível em: www.journaldunet.com/itws/it_kapferer.shtml - Acesso em 20/05/2007

⁹⁹ *Avec Internet, il y a une discontinuité fantastique dans le fonctionnement des rumeurs.*

¹⁰⁰ *Every rumor is destined to die out some day.*

lembram que “rumores vêm e vão; às vezes alguns voltam a circular pela segunda ou terceira vez [tradução da autora]¹⁰¹”.

Na Internet, esse processo ganha dinamismo, velocidade, suporte tecnológico. Mesmo um boato virtual que parece extinto, esquecido, reaparece anos mais tarde, já que, diariamente, novos internautas começam a navegar e a conhecer os recursos e conteúdos da rede. Assim, rumores antigos podem ressurgir com a mesma intensidade – ou ainda mais fortes – circulando livremente pelo ambiente virtual.

O assunto tornou-se cada vez mais relevante para os internautas e, como se poderia imaginar, a rede desenvolveu seu próprio antídoto para os rumores que nela circulam (RENARD, 2002). Segundo Fine (2005, p.3), dados recentes sugerem que a Internet, apesar de facilitar uma rápida e abrangente difusão de rumores, “simultaneamente permite desmentidos para alcançar o mesmo público rapidamente [tradução da autora]¹⁰²”. Nesse sentido, Froissart (2003)¹⁰³ também ressalta que o “efeito Internet” sobre o rumor se analisa de duas maneiras: “de um lado, a Internet acelera a difusão dos rumores (que são mais rápidos, mais numerosos); de outro lado, a Internet desacelera a difusão de rumores, porque estes se chocam contra numerosos *sites* de referência que obtêm audiências impressionantes [tradução da autora]¹⁰⁴”. Desse modo, páginas informativas, voltadas especificamente para o tema¹⁰⁵, têm se dedicado a expor, descobrir e/ou denunciar falsas informações na rede (Anexo A).

O *site* francês *HoaxBuster.com*¹⁰⁶ (Fig. 10), por exemplo, trata de rumores, correntes, petições e paródias que circulam na rede e apresenta matérias, entrevistas e até um mecanismo de busca, ferramenta também presente em outro *site* francofônico destinado à pesquisa de rumores, o *HoaxKiller.fr*¹⁰⁷. As lendas urbanas são o foco dos *sites* americanos *Snopes*¹⁰⁸, da Sociedade do Folclore de San Fernando Valley, e *About: Urban Legends and Folklore*¹⁰⁹.

¹⁰¹ *Los rumores vienen y van; a veces, algunos vuelven a la circulación por segunda y tercera vez.*

¹⁰² (...) *simultaneously allows denials to reach that same audience rapidly.*

¹⁰³ Documento eletrônico não paginado.

¹⁰⁴ *d'une part, Internet accélère la diffusion des rumeurs (qui sont plus rapides, plus nombreuses) ; d'autre part, Internet ralentit la diffusion des rumeurs, car ces dernières se heurtent à de nombreux sites de référence qui obtiennent des audiences impressionnante.*

¹⁰⁵ É preciso levar em consideração que os sites aqui citados não seguem uma norma padrão de escrita ou pesquisa, utilizando diferentes palavras e/ou expressões para definir o mesmo objeto ou ainda fazendo referência a hoaxes (boatos virtuais), lendas urbanas, folclore, pulhas virtuais e outros num mesmo ambiente.

¹⁰⁶ Disponível em <http://www.foaxbuster.com> – Acesso em 15/04/2007

¹⁰⁷ Disponível em <http://www.foaxkiller.fr> – Acesso em 15/04/2007

¹⁰⁸ Disponível em <http://www.snopes.com> – Acesso em 15/04/2007

¹⁰⁹ Disponível em <http://www.urbanlegends.about.com> – Acesso em 15/04/2007

Também americanos, o *Truth or Fiction*¹¹⁰ e o *Hoaxbusters*¹¹¹ são sites especializados no que chamam *e-rumores*, sendo o segundo mantido pelo Departamento de Energia dos Estados Unidos. Já o *Museum Of Hoaxes*¹¹² faz um resgate histórico, com linha do tempo e informações detalhadas, dos boatos e lendas urbanas que já se espalharam pelo mundo desde a Idade Média.



FIGURA 10. Site Hoaxbuster.com, que busca divulgar e desmentir rumores na Internet. Fonte: <http://www.hoaxbuster.com/>

Com o mesmo propósito, há, no cenário brasileiro, sites que se dedicam a identificar boatos virtuais que circulam na rede por correios eletrônicos, blogs ou comunidades virtuais. Criado em 1999, o *QuatroCantos*¹¹³, tem a seção “*Lendas e folclore da Internet*”. A página tem uma subseção dedicada somente a identificar e listar o que chama “pulhas virtuais”. O texto, assinado por Gevilacio Aguiar Coelho de Moura, traz dicas para que os internautas identifiquem elementos que denotam a falsidade das informações passadas, como a linguagem usada, os apelos, a coerência das idéias e a origem das mensagens: “Verifique se os termos da mensagem estão mais para a razão ou para a emoção”. Em seus argumentos, ele defende que

¹¹⁰ Disponível em <http://www.truthorfiction.com> – Acesso em 15/04/2007

¹¹¹ Disponível em <http://www.hoaxbusters.ciac.org> – Acesso em 15/04/2007

¹¹² Disponível em <http://www.museumofhoaxes.com> – Acesso em 15/04/2007

¹¹³ Disponível em <http://www.quatrocantos.com/LENDAS/INDEX.HTM> – Acesso em 15/04/2007

“ainda que apenas 1% acredite no que está escrito e passe o boato pra frente, a propagação é enorme”.

Mais adiante, o autor do *site* lembra que muitas das histórias hoje passadas via e-mails, comunidades virtuais, blogs, etc., já existiam antes da popularização da Internet e se propagavam através do correio convencional e mesmo por fax: “Na Internet, nada se perde, tudo se arquiva e, mais cedo ou mais tarde, o boato arquivado renasce com todo o vigor como se fosse coisa nova”. Ao final da página, em letras vermelhas, ainda faz um alerta: “Não acredite, de imediato, em tudo aquilo que você lê inclusive no que você acabou de ler. Use o senso crítico”.

Podendo a propagação de boatos virtuais gerar graves conseqüências para pessoas e empresas - como prejuízos e danos à imagem – também grandes companhias começam a tomar providências específicas contra a disseminação de falsas informações na Internet a respeito de seus produtos. Alvo de diversos rumores, a própria Coca-Cola criou em seu *site*¹¹⁴ um tópico sobre “boatos e mitos” que circulam na rede (Fig. 11).

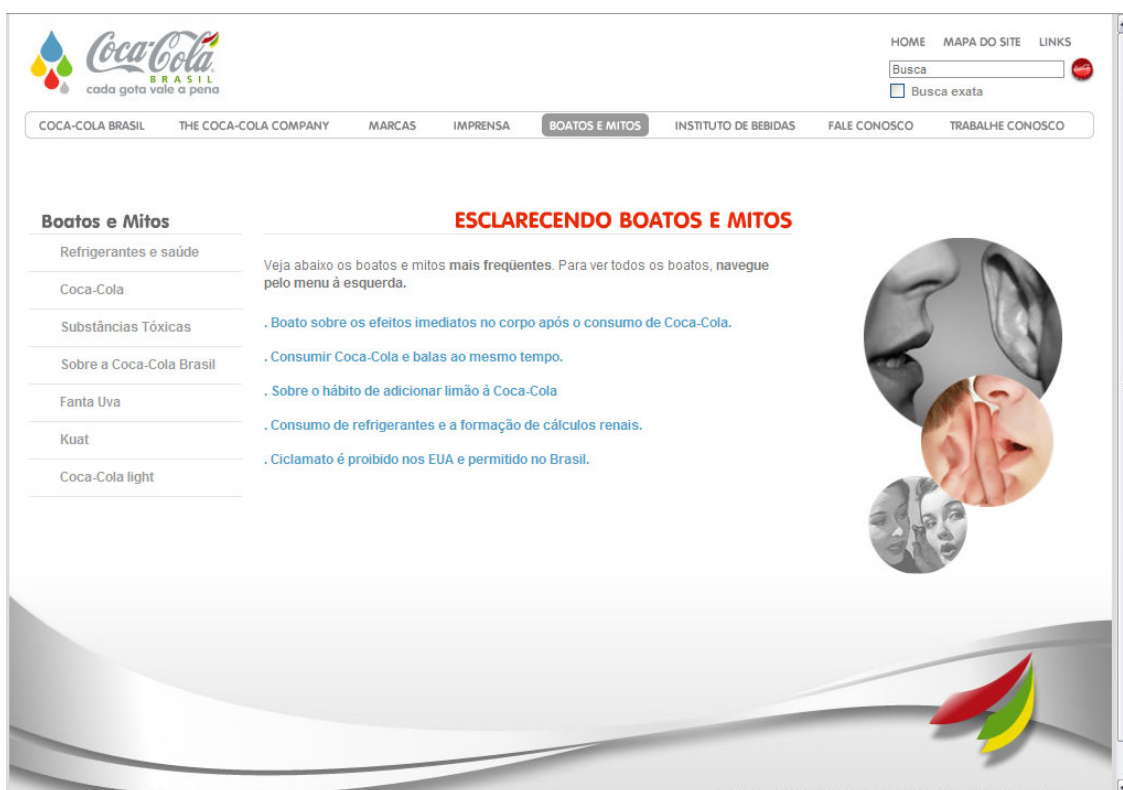


FIGURA 11. Tópico sobre boatos virtuais criado pela página da Coca-Cola na Internet.
Fonte: <http://www.cocacolabrazil.com.br/>

¹¹⁴ Disponível em <http://www.cocacolabrazil.com.br/> – Acesso em 20/04/2007

A seção é dividida em sete categorias e apresenta um total de 29 textos¹¹⁵ que visam esclarecer informações divulgadas na rede envolvendo a companhia ou seus produtos. Os boatos abordam desde substâncias perigosas presentes na fórmula dos refrigerantes até supostas promoções feitas pela Coca-cola. A empresa procura, dessa forma, esclarecer seu público e proteger sua imagem.

2.5 Boatos virtuais na mídia e algumas conseqüências

Em 1897, ao tomar conhecimento de uma nota publicada pelo *New York Journal*, Mark Twain disse a jornalistas¹¹⁶: “A notícia sobre minha morte é grosseiramente exagerada”. Assim o escritor americano desmentia um rumor propagado pela mídia.

Kapferer afirma que enquanto uma notícia de fontes não oficiais é transmitida pelo processo característico de corrente, com propagação em larga escala, ela não passa de um “rumor puro” – o que considera ser o oposto de informação, discutido na seção 1.4. Entretanto, segundo o autor, “se a mídia assume a tocha na propagação dessas notícias (...) elas se transformam em informação [tradução da autora]¹¹⁷” (KAPFERER, 1990, p.16).

Um caso que ilustra bem essa visão é o do suposto mapa do Brasil sem a área da floresta amazônica em livros de geografia dos Estados Unidos (Anexo D). A mensagem original, que começou a circular por e-mail, trazia a denúncia de uma professora brasileira residente numa cidade norte-americana sobre o fato de a Amazônia aparecer nos livros como uma área de preservação internacional, de responsabilidade da Organização das Nações Unidas (ONU) e do próprio governo norte-americano. A gravidade do assunto fez com que o boato virtual se disseminasse rapidamente, mas o caso só veio a se tornar “verídico” quando uma nota divulgada pelo colunista Cesar Giobbi foi publicada pelo jornal *O Estado de São Paulo* como informação legítima, tanto na versão impressa quanto na versão *online*, em maio do ano 2000. A divulgação do conteúdo por um grande veículo era o que faltava para dar mais credibilidade à mensagem, que passou a circular com a assinatura do jornal. Descoberto o embuste, menos de um mês depois, o *Estadão* precisou se retratar e a página com a matéria na Web foi retirada.

¹¹⁵ Dados atualizados em 01/08/2007

¹¹⁶ Disponível em: <http://www.troynovant.com/Lopez-BA/Our-Famous-Guest.html> e <http://www.nytimes.com/2005/10/02/books/review/02wolff.html> - Acesso em 12/12/2007

¹¹⁷ *If the medias take up the torch in spreading the news (...) they turn it into information.*

Voltando a DiFonzo e Bordia (2007, p.16), lembra-se que os rumores surgem sobre tópicos que as pessoas consideram relativamente urgentes e significantes e quando “a informação está relacionada a elas, afeta, interessa ou as ameaça de alguma forma [tradução da autora]¹¹⁸”. Pela relevância do assunto para a sociedade brasileira, levantando severas críticas a um “ataque à soberania nacional”, o caso do mapa do Brasil no livro de geografia foi visto com seriedade por diversos órgãos da imprensa e do governo, sendo inclusive objeto de requerimento de informações por parte de deputados brasileiros ao ministro das Relações Exteriores (Anexo E). Além disso, *sites* de toda natureza trouxeram o caso à tona¹¹⁹, na intenção de desmentir o boato ou usá-lo como ponte para assuntos similares – inclusive apontando o erro do jornal *O Estado de São Paulo* – e houve até quem procurasse desenvolver dossiês e uma cronologia dos acontecimentos¹²⁰, para entender como se chegou a tamanha fantasia.

Vale ressaltar que há duas maneiras de ser “vítima” de um falso rumor: sendo o próprio objeto dele, como foi o caso de Mark Twain, ou acreditando nele, como é o caso da imensa maioria dos indivíduos que o recebem e repassam – e sendo o presente estudo focado em boatos virtuais falsos que são assimilados, repassados e discutidos na Web como verdadeiros, volta-se aqui à condição de quem acredita. Pode-se dizer que o colunista do Estadão, assim como os deputados e todas as pessoas que propagaram a mensagem, foi também uma “vítima”. Entretanto, é preciso lembrar em que âmbito da sociedade estão as vítimas de um boato virtual, pois é o tratamento dado à mensagem nessa esfera que poderá dar uma dimensão maior ao fenômeno.

A mídia pode impulsionar um rumor mesmo sem dar crédito a ele. Isso acontece normalmente quando um boato virtual toma dimensões que escapam ao mundo *online* e entram na pauta de grandes veículos de comunicação, tornando-se foco de matérias sobre o assunto. Mas é inegável que, se o conteúdo de uma mensagem falsa que circula na Internet é tratado pelos meios de comunicação como uma informação verdadeira, por mais que continue sendo boato, essa mensagem ganha credibilidade, pois, nas palavras de Kapferer (1990, p.58),

¹¹⁸ ...the information relates to, affects, interests, or threatens them in some way.

¹¹⁹ É possível encontrar o assunto nos sites:

http://www.e-farsas.com/corrente_amazonia.htm - Acesso em 10/12/2007

http://www.quatrocantos.com/lendas/27_amazonia.htm - Acesso em 10/12/2007

<http://www.midiaindependente.org/pt/blue/2001/11/11677.shtml> - Acesso em 10/12/2007

<http://conjur.estadao.com.br/static/text/25916,1> - Acesso em 10/12/2007

¹²⁰ É possível encontrar o assunto nos sites:

<http://www.pralmeida.org/04Temas/07Amazonia/00Amazonia.html> - Acesso em 10/12/2007

<http://www.novomilenio.inf.br/humor/0111f002.htm> - Acesso em 10/12/2007

“a mídia ‘informativiza’ os rumores [tradução da autora]¹²¹”. Como já foi mencionado, rumores podem preceder escândalos ou simplesmente alimentá-los e é comum que sejam usados como estratégia para atingir pessoas públicas¹²², principalmente na política. E segundo Thompson (2002, p.55), “se os boatos são apanhados pela mídia e apresentados, tanto na forma de notícias não confirmadas, como de insinuações, torna-se então muito mais difícil prevenir que um escândalo irrompa”.

Retomando, então, a idéia da dimensão alcançada por um boato virtual, traz-se o caso da notícia sobre a Sociedade Amigos de Plutão, que seria uma Organização Não Governamental (ONG) criada com o objetivo de conscientizar a população para o perigo que significa o rebaixamento de Plutão, que deixou de ser planeta. A ONG, presidida por um amigo do presidente Luiz Inácio Lula da Silva, teria recebido R\$ 7,5 milhões para dar início a suas ações. A notícia foi dada “em primeira mão” pelo jornalista carioca Carlos Chagas em sua coluna no jornal *Tribuna da Imprensa Online*¹²³ (Fig.12) e, dias depois, publicada novamente em sua coluna no *Brasília Em Dia*¹²⁴.

Tudo não passava de uma informação falsa, que o jornalista chamou de “crônica” em sua retratação¹²⁵ um mês após a publicação, em que não fica clara sua intenção com a brincadeira. O problema é que a notícia entrou no processo do rumor – no caso, provocado –, tornando-se um boato virtual e sendo disseminada pela Web como informação verdadeira. Em pouco tempo, páginas de toda natureza já divulgavam o texto de Chagas como uma notícia de fonte confiável. O blog Alerta Total¹²⁶, por exemplo, que afirma que “Jornalismo Inteligente e Informação Privilegiada” são suas marcas registradas, começa a nota (Anexo F) sobre o assunto com a frase: “Tem tudo para ser uma piada ou fake difundido pela Internet, mas não é, pois foi relatada pelo jornalista Carlos Chagas”.

¹²¹ *The media “informativize” rumors.*

¹²² Celebidades do meio artístico são mais vítimas de fofocas do que de rumores de fato.

¹²³ Disponível em: <http://www.tribunadaimprensa.com.br/anteriores/2006/agosto/29/coluna.asp?coluna=chagas> – Acesso em 15/08/2007

¹²⁴ Disponível em: <http://www.brasiliaemdia.com.br/2006/9/1/Pagina744.htm> - Acesso em 15/08/2007

¹²⁵ Disponível em: <http://www.tribunadaimprensa.com.br/anteriores/2006/setembro/30/coluna.asp?coluna=chagas> – Acesso em 15/08/2007

¹²⁶ Disponível em: <http://alertatotal.blogspot.com/2006/09/espionagem-eleitoral-diretor-geral-do.html> - Acesso em 15/08/2007

TRIBUNA da imprensa online ELETRÔNICOS **JISCO** últimas notícias

Rio de janeiro, terça-feira, 29 de agosto de 2006

EDITORIAS

- Política
- Esportes
- Economia
- Internacional
- País/Cidades
- Ciência/Ambiente

• Opinião
• Há 40 anos

COLONISTAS

- Helio Fernandes
- Carlos Chagas
- Sebastião Nery
- Argemiro Ferreira
- Pedro Porfírio
- Orlando Duarte
- Carlos A. Vizeu
- Roberto M. Pinho
- Sergio N. Lopes

ROTEIRO CARIOCA

- Show
- Dança
- Teatro
- Na TV
- Cinema
- Clássico
- Exposição
- Alternativo

CONTATO

- Fale com a Tribuna

ARQUIVO

CARLOS CHAGAS

Sociedade Amigos de Plutão

BRASÍLIA - Acaba de ser criada, em Brasília, uma nova ONG, chamada de Sociedade Amigos de Plutão (SAP), destinada a protestar contra a decisão da União Astronômica Internacional que rebaixou o nono planeta do sistema solar à condição de asteroide. Isso porque, semana passada, reunidos em Praga, 2.500 astrônomos tomaram essa decisão. Agora, são apenas oito planetas: Mercúrio, Vênus, Terra, Marte, Júpiter, Saturno, Urano e Netuno.

CPI para as ONGs

A sede da Sociedade Amigos de Plutão está registrada na Esplanada dos Ministérios, ainda que sem particularizar qual deles. O presidente da entidade é um ex-líder sindical, filiado à CUT e ao PT, amigo íntimo do presidente Lula. O Diário Oficial publicou a liberação de R\$ 7,5 milhões para estimular as primeiras ações da nova ONG, que também celebrará convênios de publicidade com a Petrobras, o Banco do Brasil, a Caixa Econômica e os Correios. O objetivo é conscientizar a população para o perigo que significa o rebaixamento de Plutão, primeiro passo para a exclusão da Terra.

Estão definidas viagens de comitivas da Sociedade Amigos de Plutão pelas principais capitais do mundo, pretendendo entrevistas com presidentes e primeiros-ministros capazes de integrar-se à campanha em defesa do infeliz planeta agora degradado. Programou-se, é claro, retiradas de R\$ 20 mil semanais para cada um dos 800 diretores da nova ONG, que também receberão cartões de crédito institucionais para enfrentar despesas de hospedagem e alimentação.

Alguma surpresa? De jeito nenhum. A SAP será apenas mais uma ONG entre as centenas criadas nos últimos anos, boa parte subsidiada pelo governo, com diversas finalidades: a defesa da floresta amazônica, o estímulo ao programa do primeiro emprego, a exigência de ética nos negócios públicos e a que dá proteção aos gatos cegos. Vale a

BuscaPé
Digite produto ou marca
Comparar Preços

ESPECIAL
JOÃO PAULO II
TCU

SALDÃO DE ANO NOVO!
MOTOROLA GSM
A partir de R\$299 CLIQUE
HALF-LIFE 2

FIGURA 12. Página da Tribuna da Imprensa Online com a coluna de Carlos Chagas.
Fonte: <http://www.tribunadaimprensa.com.br/>

Entretanto, a consequência mais significativa do caso da ONG, para demonstrar a dimensão tomada, talvez tenha resultado da coluna do jornalista Cláudio Humberto¹²⁷, que fala de “Poder, política e bastidores”. A nota critica o governo Lula por cortar verbas para pesquisa espacial enquanto destina milhões à Sociedade Amigos de Plutão, sem mencionar a coluna de Carlos Chagas. Indignado, um leitor de Humberto passou a informação ao senador Heráclito Fortes (PFL/PI), que acabou citando a notícia como fato preocupante em pleno discurso no Senado Federal¹²⁸ (Anexo G). Após receber inúmeros e-mails alertando para o boato virtual, Fortes acabou se pronunciando também virtualmente, respondendo aos e-mails recebidos com justificativas - acrescidas de discursos políticos -, e levantando dúvidas sobre o que haveria por trás da falsa informação, já que, segundo ele, “nunca houve um desmentido

¹²⁷ Disponível em:

<http://www.claudiohumberto.com.br/Colunasanteriores/tabid/297/articleType/ArchiveView/month/9/year/2006/day/20/Default.aspx> - Acesso em 15/08/2007

¹²⁸ O pronunciamento do senador pode ser lido na íntegra em:

<http://www.senado.gov.br/sf/atividade/pronunciamento/detTexto.asp?t=364472> ou ainda em vídeo no YouTube: <http://www.youtube.com/watch?v=P04uPLaqzJk&mode=related&search> - Acessos em 12/11/2007

formal por parte do governo ou de suas lideranças no Senado, o que, no mínimo, é intrigante”¹²⁹.

Observa-se que, tendo a mídia um importante papel em dar credibilidade a qualquer notícia, “a proliferação de boatos pode alcançar um nível tal que se torna difícil, ou impossível, a um indivíduo ignorá-los” (THOMPSON, 2002, p.55). Sendo assim, uma pessoa pública que é vítima de um boato já propagado na mídia, muitas vezes se vê obrigada a dar explicações, respondendo também publicamente. Atualmente, com os boatos virtuais, o processo de averiguar ou mesmo desmentir uma informação falsa tornou-se mais trabalhoso, devido à potencialização e à velocidade de propagação permitidas pela Internet. Levando-se em consideração os processos de nascimento e disseminação de um rumor (Fig.3 e Fig.5), sua origem pode estar na própria Web e, em pouco tempo, ele pode ser propagado descontroladamente.

2.6 Elementos de legitimação

Kapferer (1990, p.259) diz que “Como os rumores freqüentemente surgem da desconfiança de versões oficiais, uma chave para a prevenção é também a credibilidade das fontes [tradução da autora]¹³⁰”. Nos boatos virtuais, a linguagem e os termos utilizados nas mensagens apresentam, geralmente, elementos que buscam legitimar a informação que está sendo passada. Palavras e expressões apelativas, nomes de autoridades ou instituições respeitadas são usados freqüentemente para dar embasamento e credibilidade às histórias contadas, a fim de persuadir o receptor.

Em e-mails, é comum que o campo *assunto* ou que as primeiras linhas da mensagem estejam em caixa alta, com frases terminadas com pontos de exclamação: URGENTE!; ATENÇÃO!; CUIDADO!; MUITO CUIDADO!; ALERTA DE VÍRUS!; NÃO ABRA A MENSAGEM...

Ao final das mensagens, também é comum aparecerem os apelos de repasse: “*Por favor, passe esta informação para amigos e família.*”; “*Passe essa informação para o maior*

¹²⁹ O site Quatro Cantos publicou a íntegra do e-mail enviado pelo senador aos internautas. Disponível em: http://www.quatrocantos.com/lendas/295a_amigos_de_plutao.htm#senador – Acesso em 12/11/2007

¹³⁰ *As rumors often arise from distrust of official versions, a key to prevention is also the credibility of sources.*

número de pessoas possível.”; “...é importante que essa informação seja repassada a TODOS: vizinhos, parentes e amigos.”

Em geral, os boatos virtuais são mais repassados quando mexem com o medo das pessoas, fator predominante para a crença em histórias sem fundamento. Muitos são gerados a partir de eventos verdadeiros e há ainda os que recorrem a palavras científicas, teorias de conspiração, substâncias químicas ou ainda misticismo e religião para atingir o maior número possível de internautas. Em todos os casos, observa-se a ambigüidade das informações e a importância do assunto para quem as lê, condições fundamentais para que haja o repasse de um rumor, como visto anteriormente.

Em 2005, por exemplo, um boato virtual sugeria a existência de uma substância maligna em um refrigerante da Coca-cola, citada anteriormente:

ALERTA GERAL ATENÇÃO FANTA UVA

A propaganda parou...

Porque??????? Reparem... a propaganda quase não se vê mais na mídia... Por que será???

Estamos repassando o e-mail abaixo para conhecimento e prevenção, principalmente para aqueles que bebem este refrigerante: Fanta Uva.

Este e-mail está sendo repassado dentro do Hospital que trabalha uma pessoa amiga.

Fato já está confirmado: Vinte e três pessoas já passaram pelo Hospital das Clínicas com um mesmo sintoma: falta de atividade renal e o aparecimento de tumores no reto. Todos os internados relataram o começo das dores e a conseqüente internação após ingerirem altas doses de Fanta Uva.

Pesquisas realizadas pelo renomado Instituto Fleury, apontaram grande quantidade de Fenofinol, almeido e Voliteral, substâncias tóxicas e que causam, respectivamente, a má atividade dos rins e câncer.

Segundo Dr.Paulo José Teixeira, formado pela USP e especialista em Toxicologia, as pessoas não devem ingerir mais o citado refrigerante.

A Direção da Coca-Cola já assumiu sua culpa e prometeu indenizar os pacientes e todos aqueles que venham a se contaminar com o refrigerante.

Lembre-se: Divulgar a todos de sua família, é a consciência de cada um que deve decidir, mas a nossa deve estar tranqüila.

....Por favor não deixem de repassar esta mensagem para todos que vocês conhecem....

A empresa é bastante conhecida do público em geral e seus produtos, consumidos constantemente, o que já chama a atenção do receptor da mensagem. Um primeiro “fato” levanta a dúvida “*A propaganda parou... Por que?*”, que dá margem a interpretações subjetivas. Fala-se de substâncias tóxicas, prejudiciais ao organismo, e instituições renomadas são citadas para *legitimar* as informações divulgadas. Entretanto, além de a história sobre os supostos malefícios ser a mesma já utilizada com outros refrigerantes, as substâncias mencionadas (fenofinol, almeido e voliteral) não existem. Também na época em que começou a circular a mensagem, tanto o Hospital das Clínicas da USP desmentiu a existência de um

Dr. Paulo José Teixeira na instituição como o Instituto Fleury declarou não ter qualquer relação com as supostas pesquisas.

Já em 2006, seguindo as ações de uma facção criminosa em São Paulo, um e-mail passou a circular alertando para mais ataques na cidade:

ISSO É URGENTE!!

HOJE ÀS 18HS HAVERÁ UM ATAQUE DE VIOLENCIA NA CIDADE.... POR FAVOR, ESTEJAM EM SUA CASA ÀS 18HS!!! AS 18 HS, VAI TER UMA AÇÃO DE VIOLÊNCIA NA CIDADE, A DIRETORIA DE UMA GRANDE EMPRESA RECEBEU UMA CARTA DA POLÍCIA ÀS 10H DE HOJE AVISANDO A RESPEITO DISSO.... TODOS OS FUNCIONÁRIOS VÃO SER DISPENSADOS A PARTIR DAS 16HS QUE NÃO ERA PRA NINGUÉM FICAR NAS RUAS OS ÓRGÃOS PUBLICOS TÃO REPASSANDO ESSA CARTA ÀS EMPRESAS LIGADAS AO GOVERNO, COMO NO CASO DA DIRETORA DA EMPRESA QUE RECEBI ESTA INFORMAÇÃO. POR FAVOR, AVISE O MÁXIMO POSSÍVEL DE PESSOAS QUE VOCÊ CONHECE!!! ATENÇÃO, ISSO NÃO É TROTE, É SERIO.... POR FAVOR, AVISEM TODOS QUE VOCÊ CONHECE!!!

Observa-se aqui que todo o texto foi escrito em caixa alta, mais um elemento que dá o tom de *alerta*. Como, de fato, ataques haviam ocorrido na capital paulista, a idéia de uma nova ação de criminosos não parece irracional aos que recebem a mensagem. No entanto, a empresa em questão não é identificada, bem como os "órgãos públicos" que estariam repassando a informação. O ataque específico também nunca ocorreu.

Outro exemplo de mensagem surgida a partir de um evento verdadeiro e que se utiliza de uma "teoria" para explicar o fato, diz respeito ao acidente com um Boeing da companhia aérea brasileira Gol (vôo 1907), ocorrido em setembro do mesmo ano, em que 154 pessoas morreram. A seguir, trechos do texto (Anexo C) que circulou por e-mail:

ESSA É UMA DENÚNCIA MUITO SÉRIA, DIGNA DE SER ANALISADA COM MUITA CAUTELA E EQUILÍBRIO, E É NECESSÁRIO QUE ACOMPANHEMOS OS FATOS.

PROFª ANDRÉIA TELES.

NÃO VIM AQUI EXPOR NENHUM TESE CONSPIRADORA A RESPEITO DOS FATOS OCORRIDOS RECENTEMENTE, CUJA RELEVÂNCIA SE ESTENDE NA MORTE DE 154 PESSOAS E DO SOFRIMENTO DE SUAS FAMÍLIAS. NO ENTANTO, NÃO PODEMOS DEIXAR DE REPARAR EM ALGUNS DETALHES ESPECÍFICOS QUE DEVEM SER ANALISADOS PELAS AUTORIDADES COMPETENTES.

[...] UM CERTO GRUPO QUE ESTAVA NO AVIÃO, O FAMOSO GRUPO DA PESCARIA, ERAM INDIVÍDUOS BASTANTE CONHECIDOS DO MEIO MÉDICO-CIENTÍFICO, CONHECIDOS PELO TRABALHO NA ÁREA DE ENGENHARIA GENÉTICA, ATÉ MESMO DESENVOLVIMENTO DE ALTA TECNOLOGIA.

OUTROS MEMBROS QUE TAMBÉM ME CHAMARAM BASTANTE A ATENÇÃO FORAM OS MEMBROS DO MINISTÉRIO DA DEFESA, E

OUTROS CIENTISTAS BRASILEIROS NA ÁREA DE ANTROPOLOGIA, BIOLOGIA E GENÉTICA. OUTRO PASSAGEIRO QUE CHAMOU BASTANTE A ATENÇÃO, FOI O NORTE AMERICANO SEM HISTÓRIA QUE TAMBÉM ESTAVA NO AVIÃO.

[...] E DAÍ VEM A BOMBA. ALGUNS BOATOS, INFORMARAM SOBRE CERTAS PESQUISAS REALIZADAS NA REGIÃO, ASSUNTO DO GOVERNO, SEGREDO DE ESTADO.

[...] A SOLUÇÃO DO SÉCULO ESTAVA DENTRO DO AVIÃO QUE CAIU EM FUNÇÃO DE UMA MANOBRA IRRESPONSÁVEL DE DOIS PILOTOS AMERICANOS INCONSEQÜENTES? PARECE ESCAPARAM DE MORRER DESTA FORMA? A SOMA DE COINCIDÊNCIAS NESTE CASO ULTRAPASSA A BARREIRA DA REALIDADE E DO BOM SENSO. FOI UMA GRANDE COINCIDÊNCIA QUE NO AVIÃO ESTIVESSE UM FAMOSO REPÓRTER AMERICANO PRA DIVULGAR A VERDADE COM O ACIDENTE.

[...] PORQUE O BOING DA GOL NÃO RESPONDEU O CHAMADO DO RÁDIO?

QUEREM SABER MINHA OPINIÃO? PORQUE TODOS JÁ ESTAVAM MORTOS, DEVIDO A BOMBA DE GÁS QUE ESTAVA A BORDO COM O PASSAGEIRO AMERICANO DESCONHECIDO.

[...] SÓ O QUE ESPERO É QUE NOSSO GOVERNO ADMITA OS FATOS QUE OCORRERAM, E PUNA COM SEVERIDADE OS RESPONSÁVEIS PELO OCORRIDO.

FAÇA ESSE E-MAIL CIRCULAR... ATÉ QUE AS AUTORIDADES PERCEBAM QUE O POVO BRASILEIRO NÃO É IDIOTA!!!

RECEBI ESTE E-MAIL E ESTOU REPASSANDO, POIS ACREDITO NA HIPÓTESE LEVANTADA POR ESSA PROFESSORA. NÃO PODEMOS DESCARTAR ESSA HIPÓTESE!

Neste caso, é importante salientar que todo o evento – o acidente e seus desdobramentos – teve grande repercussão na imprensa nacional e internacional e, entre outros agravantes, até a data presente não teve um desfecho oficial, o que contribui para o surgimento de versões não-oficiais.

Nos três exemplos apresentados, lida-se com o medo, a ansiedade, a incerteza. Existe a possibilidade de tudo ser verdade e, apesar de ambíguas, as situações são consideradas plausíveis, com relevância suficiente para serem passadas adiante. O indivíduo não precisa, necessariamente, pensar que as mensagens *podem* ser verdade, porque há elementos textuais que buscam dar credibilidade às informações passadas. Assim sendo, o rumor continua seu caminho.

Até alguns anos atrás, esses tipos de boatos virtuais circulavam basicamente por e-mails. Hoje, eles se espalham pela Web de outras maneiras, se propagam e são discutidos em grupo, o que lhes permite uma nova dinâmica de circulação.

2.7 Novos espaços de propagação e outras conseqüências

Entende-se que os rumores ajudam as pessoas a dar sentido a situações. E, de acordo com DiFonzo e Bordia (2007), o rumor age desta maneira em dois níveis: individualmente e coletivamente. Individualmente, sabe-se que diversos fatores, internos e externos, afetam o receptor da mensagem e sua compreensão, como visto na seção 1.2. No segundo nível, os autores explicam que as pessoas dão sentido ao mundo a partir de processos de interações com outras, o que tem a ver com desenvolvimento de grupo. “Estas discussões sobre rumor são conversações ricas nas quais uma variedade de relatos são proferidos, a maioria relacionada à ou preocupada com a tarefa de se fazer sentido [tradução da autora]¹³¹” (DiFONZO; BORDIA, 2007, p.121). Assim, conclui-se que esse processo coletivo de construção de sentido se dá, principalmente, em espaços de sociabilidade, encontrando condições favoráveis nos fóruns do Orkut, por exemplo.

Como já ficou claro anteriormente, ambientes de produção coletiva na Internet são espaços normalmente abertos para troca de informações e discussões de grupos, o que possibilita também a aproximação de idéias e interesses em comum e a formação de redes sociais. Nesses espaços, os boatos virtuais são propagados de modo que se tornam assunto de debates, o que seria mais trabalhoso nos e-mails. Assim, eles podem ganhar força (ex: quando há “relatos verídicos” de internautas) ou ainda enfraquecer (ex: quando alguém prova que a informação não é verdadeira). Entretanto, mesmo com tantas “evidências” para desmentir ou confirmar o conteúdo da mensagem, há sempre o indivíduo que continua a debater e levar adiante o assunto, muitas vezes provocando o surgimento de novos rumores.

Esse fenômeno pode ser entendido nas palavras de DiFonzo e Bordia (2007, p.122), que explicam que:

Em qualquer discussão, as pessoas se alternam na comunicação; uma pessoa contribui com uma coleção de relatos, então outra fornece um conjunto adicional de relatos. Discussões podem ser pensadas como contribuições em série de conjuntos de relato; compreender o conteúdo e a função de tais coleções de relatos permite um melhor entendimento da natureza da discussão. A discussão de rumores não é diferente. [tradução da autora]¹³².

¹³¹ (...) *these rumor discussions are rich conversations in which a variety of statements are uttered, most of which are related to or concerned with the task of sense making.*

¹³² *In any discussion, people take turns communicating; one person contributes a set of statements, then another provides an additional set of statements. Discussions can be thought of as serial contributions of statement sets; understanding the content and function of such statement sets affords a better understanding of the nature of the discussion. Rumor discussion are no different.*

Um exemplo de debate nesses espaços virtuais de produção coletiva teve origem em meados de 2005, quando um e-mail começou a circular com a história de que a personagem Hello Kitty, criada nos anos 1970 pelo designer japonês Ikuko Shimizu para a empresa Sanrio, seria resultado de um pacto com o demônio. A mensagem original trazia como título "A verdade sobre a Hello Kitty":

leia a historia abaixo e descubra....

Havia uma menina de cerca de 14 anos q estava em fase terminal de cancer de boca. Os medicos jah haviam tirado todas as esperanças da familia em relação a cura da garotinha. A mãe da menina, desesperada, tomou uma decisão insana. Fez um pacto com o Demônio: consagrou a menina ao Demônio para q ele a curasse e como promessa, criaria uma marca q afetaria todo o mundo (no caso a Hello Kitty). Posteriormente o Demônio curou a garotinha,e a mãe cumpriu o q havia prometido: criou a Hello Kitty.

A palavra Hello, em ingles quer dizer olá. A palavra Kitty, é de origem chinesa e quer dizer Demônio.

Logo, Hello Kitty quer dizer: Olá Demônio.

Vcs pode perceber q a Hello Kitty naum tem boca, devido ao caso da garotinha ter o cancêr de boca.

A mensagem passou a ser citada e discutida em comunidades do Orkut, ganhando novas dimensões e sendo utilizada até mesmo com apelos religiosos. A comunidade *Hello Kitty*¹³³, que conta com mais de 400 mil membros, discute o assunto em mais de 200 tópicos¹³⁴, entre os que acreditam e os que desmentem a história. Entretanto, mesmo nos debates que procuram confirmar a não veracidade do boato, há internautas usando como justificativas *outros* boatos virtuais, como é possível observar no tópico *hello kitty do mal* (Anexo B), transcrito a seguir:

***vick♥ 11 Mar**

a hello kitty é ruim vcs conhecem a historia dela ?
pesquise. naum e boa vc sabe pq ela n tem boca???
hum interessante neh vc n vai + querer ser fã dela qd descobrir
n estou mentindo pesquise e descubra vc mesmo xau
e boa sorte ...

Ciox 11 Mar

Nossa...acho que quem é mal aqui é vc! A verdadeira história da hello kitty é que uma mulher teve uma filha que nasceu com cancer e problemas na fala, precisando de dinheiro para pagar o tratamento da filha, resolveu fazer, se não me engano adesivos e bonequinhos de pano para vender e a renda ser revertida para o tratamento, criou uma gata, pois assim ela chamava a filhinha dela(kitty) e hoje a hello kitty é o sucesso que é!Essa história e boa e linda e não malvada!

¹³³ <http://www.orkut.com/CommMsgs.aspx?cmm=37369&tid=2520351936059860921&kw=dem%C3%B4nio> – Acesso em 05/06/2007

¹³⁴ Dados atualizados em 24/06/2007

Amandinha 11 Mar

Naum gente...eu ouvi q foi um cara da inglaterra q era gay q criou a hello kitty...sei naum...+ eu ja ouvi q hello kitty significa oi (em ingles) demonio(em japones) sei lahhh...eh escolha d cada um para acreditar ou naum nessas coisas.....

Mariana 11 Mar

BESTEIRA.

DIZEM QUE QUEM CRIOU A HK QUERIA ESPALHAR O DEMO ENTRE AS CRIANÇAS, PARA SER IDOLATRADO, SÓ QUE ELE NÃO PODIA FALAR COM AS CRIANÇAS, AI DIZEM QUE É POR ISSO QUE A HK NÃO TEM BOCA E ESSAS BESTEIRAS...

ღღღ Carol ღღღ 11 Mar

aff, gent, q discussão mais besta viu?!?!?! A história da Hello Kitty que eu conheço é mesmoa da mulher que criou pra filha... Sem contar, q não sei o que significa Kitty em japonês, mas dou aula de inglês e o nome dela apenas significa "OLÁ GATINHA"... Nada mais!!! Sem essa de demônio, ele não deve ser tão a toa assim né?!?!?! Tem dó!!!

ღღღPollyღღღ 12 Mar

A verdadeira história da hello kitty...

Hello Kitty

Havia uma menina de cerca de 14 anos q estava em fase terminal de cancer de boca. Os medicos jah haviam tirado todas as esperanças da familia em relação a cura da garotinha. A mãe da menina, desesperada, tomou uma decisão insana. Fez um pacto com o Demônio: consagrou a menina ao Demônio para q ele a curasse e como promessa, criaria uma marca q afetaria todo o mundo (no caso a Hello Kitty). Posteriormente o Demônio curou a garotinha, e a mãe cumpriu o q havia prometido: criou a Hello Kitty.

A palavra Hello, em ingles quer dizer olá. A palavra Kitty, é de origem chinesa e quer dizer Demônio.

Logo, Hello Kitty quer dizer: Olá Demônio.

Vcs pode perceber q a Hello Kitty naum tem boca, devido ao caso da garotinha ter o cancêr de boca.

A Hello Kitty é um simbolo da Nova Era. A Nova Era é uma seita q vai contra todos os princípios de Deus. Ela busca criar simbolos "bonitinhos" para agradar a todos.

Nathalya 12 Mar

a verdadeira historia eh essa daí de cima!!
eh a mas pura verdade

ღ ღღღ villa ღღღ 12 Mar

é a mas pura mintira isso sim

♪Tami@iك

12 Mar

nossa

q mentira pura eu li no próprio site da hk q hello kitty em português significa olá gatinha e num tem nada a ver com demo e além do + disse lá q hello kitty significa em chinês olá demônio...Mentira pura 1º hello kitty num é da china e sim do japão e 2º tem dois nomes em chinês pra olá demônio

♪Srtª Kyndra♪

19 Mar

historia real...acredite se quiser

Hello Kitty

Havia uma menina de cerca de 14 anos q estava em fase terminal de cancer de boca. Os medicos jah haviam tirado todas as esperanças da familia em relação a cura da garotinha. A mãe da menina, desesperada, tomou uma decisão insana. Fez um pacto com o Demônio: consagrou a menina ao Demônio para q ele a curasse e como promessa, criaria uma marca q afetaria todo o mundo (no caso a Hello Kitty). Posteriormente o Demônio curou a garotinha, e a mãe cumpriu o q havia prometido: criou a Hello Kitty.

A palavra Hello, em ingles quer dizer olá. A palavra Kitty, é de origem chinesa e quer dizer Demônio.

Logo, Hello Kitty quer dizer: Olá Demônio.

Vcs pode perceber q a Hello Kitty naum tem boca, devido ao caso da garotinha ter o cancêr de boca.

A Hello Kitty é um simbolo da Nova Era. A Nova Era é uma seita q vai contra todos os princípios de Deus. Ela busca criar simbolos "bonitinhos" para agradar a todos.

Assim como produtos da mídia em geral, os boatos virtuais também têm seu público específico. No entanto, como ressalta Kapferer (1990), o termo “público” não pode fazer com que seja esquecido o fato de que cada indivíduo tem um papel específico na circulação de um rumor. “O público de um rumor consiste naqueles que se sentem preocupados com as conseqüências daquele evento. De um rumor para outro, as conseqüências mudam, assim como mudam seus públicos [tradução da autora]¹³⁵” (KAPFERER, 1990, p.88). Desse modo, a discussão no exemplo da Hello Kitty ficou entre fãs da personagem, em dúvida sobre a possível ligação de sua “gatinha favorita” com algum pacto demoníaco. Mas há casos em que o público pode ser mais amplo e diversificado, como, por exemplo, consumidores de leite.

Desde 2005, circula na Web um boato sobre a repasteurização do leite em caixa e a indicação, na embalagem, do número de vezes que tal processo já teria ocorrido. A mensagem original, que começou a ser disseminada por e-mail, diz:

¹³⁵ *A rumor's public consists in those who feel concerned by this event's consequences. From one rumor to another, the consequences change, as do their publics.*

Leite (importante)

Serviço de Utilidade Pública

Muita atenção quando forem comprar leite em caixinha!

Fiquei sabendo por fontes seguras que, por não serem vendidas até determinado prazo, essas caixinhas voltam para a fábrica para que o leite seja repasteurizado! Isso pode ocorrer por até 5 vezes, o que acaba deixando o leite com um sabor diferente, aumentando a possibilidade dele coalhar e reduzindo significativamente sua qualidade, já que o teor nutricional diminui.

Ao voltarem para a venda ao consumidor final, o pequeno número que está marcado na figura acima [figura 5] com o círculo vermelho é alterado. Esse número varia de 1 a 5 e o ideal é comprar até o número 3, acima disso, a qualidade do leite estará bem ruim.

Esse pequeno número fica localizado no fundo da caixinha, se você for comprar uma caixa fechada, basta verificar apenas uma embalagem, todas as outras terão a mesma numeração.

Por exemplo, se uma embalagem tiver o número 1, significa que é a primeira vez que sai da fábrica e chega ao supermercado para a venda final, já se tiver o número 4, significa que ele já foi repasteurizado 4 vezes e depois retornou para o supermercado para a venda final e assim por diante...

Dêem mais atenção, principalmente, quando a oferta for muito boa, geralmente, o supermercado coloca um valor menor para os produtos que já passaram várias vezes por esse processo, os de número 4 e 5.

Essas informações são de uma pessoa que já trabalhou na indústria alimentícia e conhece todo esse processo, por isso, não deixem de fazer sempre essa observação!

Saúde a todos!

As “fontes seguras” não são citadas e a mensagem não é assinada. Mas para “comprovar” a veracidade da história, uma foto foi anexada ao texto, apontando a existência do número mencionado.

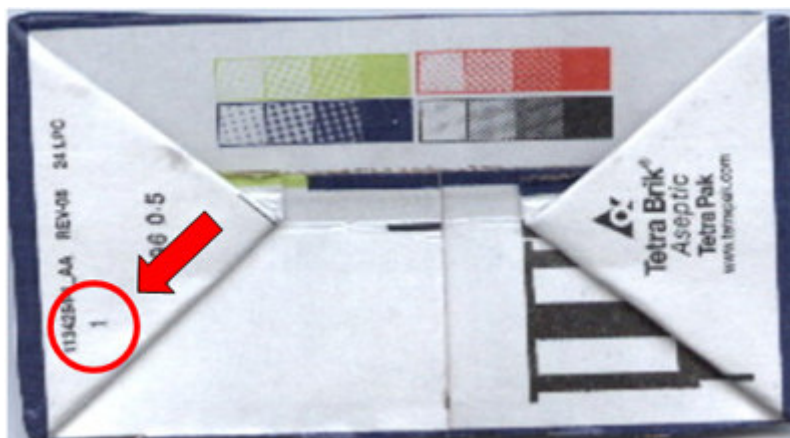


FIGURA 13. Foto anexada à mensagem sobre o leite mostrando número em caixa.

Fonte: http://www.e-farsas.com/corrente_leite.htm

Mais uma vez, a discussão também foi parar no Orkut. Na comunidade *EU ADORO LEITE*, as duas primeiras mensagens do tópico *Sera que eh verdade*¹³⁶ já mostram a dimensão *offline* alcançada pelo boato virtual:

Van **11 Abr**

http://momentodesonhar.sites.uol.com.br/paginas/utlilidadepublica/leiterepas_teurizado.html

Andou circulando este email pela internet...ontem meu pai achou muito estranho o gosto do leite Long, este tinha no fundo da caixa o numero 4, hoje comprei uma nova caixa, porem com o numero 1 no fundo da embalagem...e o gosto estava muito melhor. Sera que esta estoria de repasteurização eh verdade (int)

Renata... **11 Abr**

Olha meu filho ,me disse que sim ,que o numero que vem na caixinha e a quatidade de vezes que o leite foi repasteurizado.Foi falado em sala de aula pela professora.

O caso do reprocessamento do leite gerou tanta polêmica que foi assunto de diversos veículos de comunicação no fim de 2005 e início de 2006, levando o Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA) a divulgar um comunicado¹³⁷ esclarecendo que o procedimento descrito na mensagem é proibido e informando que a empresa responsável pela produção da embalagem, a Tetra Pak, já havia se pronunciado em relação ao caso. O texto do MAPA termina afirmando que: “Independentemente do significado dos referidos códigos numéricos, o DIPOA [Departamento de Inspeção de Produtos de Origem Animal] determinou às Superintendências Federais de Agricultura nos estados que avaliem as condições operacionais das usinas de beneficiamento com o objetivo de identificar eventuais desvios que possam ser correlacionados com o reprocessamento do leite UHT. A orientação do DIPOA é no sentido de que eventuais desvios que possam vir a ser identificados sejam imediatamente corrigidos.”. Por fim, a própria Tetra Pak acabou dedicando um tópico específico em seu *site*¹³⁸ para esclarecer o boato (Fig. 14).

¹³⁶ <http://www.orkut.com/CommMsgs.aspx?cmm=158578&tid=2526099014589481069&kw=repasteuriza%C3%A7%C3%A3o> Acesso em 20/06/2007

¹³⁷ Disponível em <http://www.agricultura.gov.br/> - Notícia de 10/02/2006

¹³⁸ http://www.tetrapak.com.br/tetraleite/index_tetraleite.asp - Acesso em 26/06/2007



FIGURA 14. Página da Tetra Pak na Internet desmentindo a história do número na caixa de leite
Fonte: <http://www.tetrapak.com.br/>

O caso mostra conseqüências sérias no mundo *offline* ocorridas a partir de um boato virtual falso que é tratado como verdadeiro em ambientes de discussão na Web. Ainda assim, em 2007, após grande propagação, uma nova versão da história já circulava por e-mail, com mais elementos para dar "credibilidade" ao fato:

Isso não é lenda, porque ocorreu comigo e com minha mãe, vejam só:

Eu e minha mãe fomos ao mercado perto de casa comprar uma caixa de leite fechada com 12 unidades das que estavam em promoção, e para nossa surpresa duas das caixinhas azedaram na hora de esquentar, e as outras apresentavam odor e sabor estranho parecido com coalhada.

Comentamos com algumas vizinhas o acontecido, uma delas pediu para olhar o número embaixo da caixinha e assim o fizemos, lá estava o nº 5, em seguida fomos informadas por ela de um boato que as de nº 4 e 5, eram de má qualidade por serem repasteurizadas e desde então só compramos caixinhas com números 1, 2 e 3 e nunca mais tivemos este problema.

O que vocês acham disso será mera coincidência ?????

Desse modo, um rumor que poderia se pensar esclarecido, desmentido, ou ainda considerado "morto" continua se propagando pela Internet, mesmo ganhando novas versões, graças às facilidades oferecidas pela rede que garantem sua permanência no ciberespaço.

Tendo em vista o que foi exposto até aqui, o capítulo a seguir propõe a investigação da dinâmica de um boato virtual em comunidades do Orkut, estabelecendo, a partir de uma

análise sobre um rumor específico, elementos utilizados por membros dos grupos para compor esta dinâmica.

3 A DINÂMICA DE UM BOATO VIRTUAL

Conforme ressaltado na Introdução, o presente trabalho busca investigar rumores em ambientes de produção coletiva na Web, identificando elementos constitutivos do processo. Para tanto, este capítulo visa apresentar o objeto de estudo escolhido, expondo sua relevância, bem como os procedimentos metodológicos adotados na pesquisa. Por fim, visa analisar e discutir os resultados, revendo aspectos apresentados ao longo do trabalho e propondo a esquematização dos elementos encontrados.

Tendo como objetivo geral a identificação dos elementos argumentativos da dinâmica de um boato virtual em ambientes de conversação na Web, utilizando-se para o estudo comunidades do Orkut, faz-se essa análise sobre um rumor envolvendo uma moto da marca Honda. O boato traz a informação de que uma peça em formato de cruz invertida localizada atrás do farol do modelo CG Titan 150 seria resultado de um pacto entre o engenheiro projetista da moto e supostas entidades demoníacas. A proposta é analisar o boato virtual que está sendo vivenciado pelas pessoas, não interessando à pesquisa sua criação ou a retórica utilizada para isso.

A história da moto começou a circular por e-mail e passou a ser muito disseminada e discutida em diversos ambientes na Web, com proprietários de moto confirmando a existência da tal cruz e sua “inutilidade”. O cunho religioso fez com que a história fosse também amplamente divulgada em sites evangélicos, acompanhada, inclusive, por relatos “verídicos” de usuários do modelo. Concessionárias e oficinas mecânicas passaram a receber donos de moto apavorados com a possibilidade de sofrerem acidentes e pedindo que o objeto “do demônio” fosse retirado. O boato virtual e suas conseqüências ganharam espaço na mídia e a Honda se viu obrigada a enviar um comunicado aos concessionários explicando a finalidade da peça.

A escolha do rumor a ser analisado se deu após uma seleção de boatos virtuais que circulavam na rede e pela dimensão alcançada por ele a partir da constatação de que se tratava de uma informação falsa, o que ficará comprovado neste capítulo. Destaca-se ainda que esta pesquisa contou com o auxílio voluntário do aluno do 4º período de Publicidade de Propaganda da UFRGS, Ricardo Boklis Golbspan.

3.1 A seleção do objeto

Para se chegar ao objeto, inicialmente realizou-se uma pesquisa, nos meses de maio e junho de 2007, sobre boatos virtuais já conhecidos ou que haviam sido recebidos por e-mail, chegando-se a um total de 22 rumores. Depois da comprovação de que se tratavam de informações falsas¹³⁹ e a partir da percepção de que os assuntos seriam interessantes para serem usados no estudo (fosse pelo aspecto fantástico da história ou pela dimensão tomada), os boatos foram pesquisados mais a fundo pela rede.

Primeiramente, fez-se uma busca pelo Google¹⁴⁰, apenas para se ter uma noção dos ambientes virtuais em que os boatos eram propagados como verdadeiros (blogs, fóruns de discussão, sites de naturezas diversas, inclusive jornalísticos). Em seguida, realizou-se a procura dentro dos ambientes encontrados. Desse modo, foi possível avaliar o alcance tomado pelos rumores. A idéia era escolher um boato virtual que fosse interessante e atual, envolvesse um grande número de pessoas e que tivesse atingido grandes proporções *offline*. Assim, seria possível encontrar todos os aspectos abordados ao longo do estudo sobre rumores em geral para se chegar à investigação de uma dinâmica e seus elementos.

A partir de uma primeira seleção, a pesquisa se fixou em torno de cinco boatos virtuais, cujas dimensões alcançadas foram consideradas relevantes. Os quatro descartados como estudo de caso foram utilizados ao longo do trabalho, exemplificando trechos do estudo. Isso aconteceu com os rumores sobre o número na caixa de leite, a personagem Hello Kitty, o refrigerante Fanta Uva e a ONG Amigos de Plutão. Como objeto para análise, optou-se, então, pelo rumor da Honda, que será apresentado a seguir.

3.1.1 A cruz invertida

O boato virtual escolhido como objeto de pesquisa trata de uma peça que teria o formato de uma cruz invertida na moto CG Titan 150 (Fig.15), da marca Honda. Para melhor compreensão, segue na íntegra (sem correções) uma das versões da mensagem que começou a circular na Web em 2006:

¹³⁹ A partir de pesquisas em *sites* especializados e/ou de empresas citadas.

¹⁴⁰ Como trata-se de uma pesquisa de propagação de boatos em ambientes virtuais, o Google foi considerado a ferramenta de busca ideal e suficiente para a fase inicial do trabalho.

Desde menino sempre tive dons para desenvolver projetos mecatrônicos, resolvi estudar e me aprofundar no assunto, morava no Brasil e resolvi estudar no Japão pois tinha dupla nacionalidade.

Aos 30 anos me formei na universidade Goyake Kadani em Tóquio. Aos 33 anos fui contratado como engenheiro da Honda Motors S/A do Japão para auxiliar no desenvolvimento e projetos de novas motos, passei por vários cargos, fui chefe de linha de produção por 5 anos, depois fui promovido para o setor interno até chegar ao início da minha triste história. Recebi uma ordem dos meus superiores para desenvolver e fabricar uma nova motocicleta, com 150 cilindradas para ser fornecida, principalmente, para o Brasil e Argentina.

Com muito medo de ser um fracasso, assim como a AERO 150, lancei o modelo. Infelizmente, não obtivemos, no início, as vendas que esperávamos, e as motos começaram a dar problemas e gerar processos para a Honda. Em dezembro de 2004 tive um sonho, em que aparecia uma santa dizendo para eu procurar um centro espírita, pois ela tinha uma mensagem importante para me dizer. Sem acreditar muito nessas coisas (eu sempre fui budista) fui a um centro, foi muito difícil encontrar, mas consegui.

Chegando lá, falei de todos os meus problemas e fui atendido em uma sexta-feira à meia noite. Recebi uma proposta de dois exus, de mudança de vida, aceitei mesmo sem acreditar muito nisso, fiz um pacto de sangue, onde são cortados os dois dedos mínimos e oferecidos com sangue de animais sagrados para os exus.

Também tive que tomar e fizeram em minha testa uma cruz de ponta cabeça com o sangue.

Todo o ritual foi assistido por imagens e pessoas que faziam parte daquela comunidade espírita. A partir daí, minha vida começou a mudar, minha família, meu trabalho estava indo bem, antes da virada do ano, ainda em 2004, recebi uma visita dos exus, eles pediam algo em troca por tudo o que haviam me dado, inclusive o sucesso e a fama da moto.

Me disseram que antes do início da fabricação das TITANS 2005 eu deveria fazer uma peça, cujo desenho eles iriam me mostrar, e, se eu aceitasse, as motos iriam vender cada vez mais. Com muita ganância eu aceitei, sem ver o desenho da peça, pois eu já confiava neles. Foi então que me mostraram uma cruz no calvário e pediram para que eu fizesse esta peça, o mais parecido com a imagem que eu havia visto, e que eu a colocasse de ponta cabeça em algum lugar da moto, escondido, mas tinha que ser uma peça que não tivesse serventia para nada.

Como as vendas estavam indo muito bem, eu não queria parar, pois tinha um contrato com o Brasil de 10 milhões de unidades e a Honda não podia falhar. Fiz a peça e obtive os resultados esperados, até mais, os diretores e encarregados de marketing tiveram os seus ordenados aumentados e tudo corria bem, quando em 2006, no mês de março, recebi mais uma visita dos exus pedindo mais sacrifícios. Ao ver o que eles queriam, percebi que desta vez era impossível, pois pediam que eu sacrificasse meu próprio filho em um ritual macabro, e, claro, eu não aceitei pois eu o amava muito.

Aí então começou toda a desgraça! Me separei da minha esposa, meu filho foi assassinado em um assalto e os meus pais afundaram em um barco na praia.

Fiquei sozinho, percebi então que era somente o começo.

Ao ficar doente, procurei um hospital e percebi que estava com inúmeras doenças, entre elas o câncer. Hoje estou em uma cama, não movimento meus membros da cintura para baixo, e estou tentando fazer este apelo, pedindo para todos os donos das motos tirem as cruzes e as destruam!

Não sei se vou conseguir, mas segundo uma evangélica que me visitou, disse que se todas as cruzes forem destruídas eu ainda posso sobreviver. Conto com todos os proprietários das motos. Sei que é difícil, mas ajudem a divulgar isso pelo mundo.



FIGURA 15. Peça do farol da moto CG Titan 150 da Honda
Fonte: <http://www.motonline.com.br/default.asp?cod=7121&categoria=2&show=1>

Em alguns tópicos de comunidades do Orkut, o texto ainda ganhou o final impulsionador a seguir:

POSTEM COMENTARIOS SE POSSIVEL, PORÉM NÃO SEI ATÉ QUANDO VOU ACESSAR ESTE ORKUT POIS ESTOU A BEIRA DA MORTE!!! CONTO COM OS BRASILEIROS PRINCIPALMENTE!!!!!!

Como a intenção é se analisar um boato virtual comprovadamente falso que segue sendo tomado e debatido como verdadeiro, deixa-se claro que o caso apresentado trata-se de uma mensagem falsa. Além de *sites* de toda natureza apresentarem uma série de evidências para mostrar que a história do engenheiro não é verdadeira (entre eles, o E-farsas.com¹⁴¹ e o Quatro Cantos¹⁴²), a comprovação também veio pela própria Honda. Apesar de a empresa nunca ter se pronunciado oficialmente, enviou o seguinte comunicado¹⁴³ aos concessionários:

Prezado Concessionário. Em função dos questionamentos recebidos da rede de concessionária a respeito dos boatos divulgados recentemente sobre a peça em referência, faz-se necessário esclarecer o que segue: A peça denominada Clamp H 25, é um componente plástico que tem como função PROTEGER E POSICIONAR OS CABOS DENTRO DO FAROL de forma a limitar sua movimentação, REDUZINDO ASSIM DANOS OU DESGASTES CAUSADOS PELA VIBRAÇÃO DECORRENTES DA UTILIZAÇÃO DA MOTOCICLETA.

Informamos, ainda, que a remoção deste componente pode sujeitar a fiação a esforços desnecessários, diminuindo sua vida útil e ocasionando falhas elétricas que NÃO SERÃO AMPARADAS PELA GARANTIA DO PRODUTO. Toda e qualquer informação divulgada a respeito deste

¹⁴¹ Disponível em: http://www.e-farsas.com/corrente_titan.htm - Acesso em 24/08/2007

¹⁴² Disponível em: http://www.quatrocantos.com/lendas/284_cruz_honda_titan_150.htm - Acesso em 24/08/2007

¹⁴³ É possível encontrar o comunicado em diversos sites na rede. Este trabalho utilizou o texto publicado em: <http://www.rondoniaovivo.com/exibenot0.php?id=17736> - Acesso em 24/08/2007

componente, diferente das acima mencionadas, deve ser considerada imprudente.

Mas para seguir sendo propagada como verdadeira, a falsa informação precisou seguir alguns padrões, adotando características próprias desse tipo de mensagem, como foi visto ao longo deste trabalho.

3.1.2 Características da mensagem da Honda

Mesmo após a comprovação de que a informação é falsa, o boato sobre a cruz invertida continuou a circular como verdadeiro. Isso acontece devido aos diversos fatores sociais que contribuem para que sua disseminação persista. Recordando as variáveis, motivações e condições de um rumor apresentadas na seção 1.2, observa-se no caso analisado que a obscuridade do conteúdo da mensagem (ambigüidade), que não deixa claro o que pode acontecer mas desperta a idéia de algo ruim, bem como a incerteza sobre sua origem ou veracidade, e a relevância do assunto em determinado meio social (importância), no caso, fãs, proprietários e usuários de moto, somadas a fatores motivadores - o contexto de perigo ou potencial ameaça resultante de uma peça envolvendo algo maligno, o medo de sofrer alguma consequência, a ansiedade por não saber o que acontece com quem não retirar a peça - e ao crescente número de novos internautas na rede, possibilitaram a continuidade da divulgação do rumor na Web.

Uma vez que a linguagem é usada de forma a embasar a história, alguns termos empregados na mensagem buscam legitimar a falsa informação que está sendo passada. E apesar de não se fazer uma análise específica, visto que não é esse o foco da pesquisa, destaca-se aqui que os elementos de legitimação presentes na mensagem misturam aspectos religiosos (santa, exus, centro espírita, budismo, pacto de sangue, ritual, cruz no calvário, evangélica) e técnicos (projetos mecatrônicos, engenheiro, linha de produção, 150 cilindradas), além de contextualizar os acontecimentos (Japão, dezembro de 2004, março de 2006). Também como recurso para dar mais credibilidade ao texto, a fim de persuadir o receptor, nomes de instituições são utilizados, apesar de serem fictícias: a Universidade Goyake Kadani não existe em Tóquio e a empresa Honda não é uma Sociedade Anônima (S/A) e sim Limitada (Ltda.).

Tendo como base o quadro de Kapferer (Fig.3), e utilizando a classificação elaborada pelo autor, pode-se dizer que o boato da Honda tem origem num detalhe (a peça em forma de “cruz”) e, em vista do modo como o texto foi escrito e de seu conteúdo absurdo, seu processo de nascimento foi provocado. Relembrando ainda as categorias apresentadas na seção 2.3, os boatos virtuais estão inseridos no tipo evasivo de falsa informação, aquele em que o conteúdo contém erro ou desinformação que leva o receptor a entender algo que não corresponde à realidade, podendo ou não ter o intuito de prejudicar. Sob esses aspectos, visto que não há como saber, efetivamente, a intenção de quem criou o rumor nem importa ao trabalho, ficam aqui suposições desenvolvidas a partir de observação por parte da pesquisadora com base nos estudos apresentados. Mas o que fica evidente é que, fosse para atingir a empresa em questão, para divertir amigos ou simplesmente para provocar discussões, o criador do texto original o fez propositalmente.

3.1.3 Repercussão na mídia e conseqüências *offline*

Vale ressaltar que o caso da cruz na moto é exemplo de um boato virtual como falsa informação cujas conseqüências podem ser prejudiciais. Portanto, é importante compreender a dimensão alcançada pelo rumor, analisando sua repercussão na mídia em geral e os resultados de sua propagação no mundo *offline*. O assunto ganhou destaque na imprensa, o que fez com que a própria mídia se incumbisse de apresentar os fatos relevantes ao entendimento das conseqüências resultantes da disseminação do boato em questão, como mostram os trechos de matérias retiradas de alguns sites de notícias¹⁴⁴:

- a) *O Estado de São Paulo*¹⁴⁵, em 9 de junho de 2006, sob o título “Boato envolvendo pacto do ‘além’ assombra Honda” (Fig.16):

Uma peça plástica cujo formato lembra uma cruz invertida assusta supersticiosos donos das motocicletas Honda CG 150 Titan. (...) Muitos proprietários estão retirando a peça, o que pode causar dano à moto.

‘Em 35 anos de Brasil nunca vimos um absurdo tão grande’, diz um portavoz da Honda. A empresa, porém, não descarta a possibilidade de alterar o desenho da peça para evitar problemas.

¹⁴⁴ Uma pesquisa pelos termos “boato”, “moto” e “Honda” no Google trouxe mais de 900 resultados. Entre as matérias encontradas, foram escolhidas apenas algumas de *sites* jornalísticos – representativos para demonstrar o alcance do boato - ou especializados no assunto.

¹⁴⁵ Disponível em: <http://txt.estado.com.br/editorias/2006/06/09/eco-1.93.4.20060609.12.1.xml>

(...) Em São Paulo, até o dono de uma grande loja de motos na região central retirou a peça, mas pede para não ser identificado.

(...) Em Cataguases (MG), cidade com 70 mil habitantes a 300 quilômetros de Belo Horizonte, a cruz amaldiçoada, junto com a Copa, é tema favorito em bares e rodas de amigos. O dono da única revenda Honda local, a Moto Bela, Luiz Cláudio Boechat, dedica parte de seu tempo a dar explicações a clientes e pessoas que o param na rua.

‘Vários donos de motos vão à loja e pedem para tirar a peça. Recomendo que não tirem, mas, se insistem, fazemos o serviço por R\$ 5 e avisamos da perda de garantia de serviços na parte elétrica’, diz Boechat.

Muitos motociclistas fazem o serviço por conta própria. ‘A maldição para mim acabou’, informa o comerciante Sebastião Lúcio de Moraes. Dono de um açougue, adquiriu a CG 150 no ano passado e conta que, recentemente, escapou de dois acidentes. (...)

A Honda recebe inúmeros e-mails de clientes, alguns com críticas pelo fato de a empresa ter recorrido a pactos demoníacos. (...)

Por considerar o boato ‘absurdo e descabido’, a Honda limitou-se a divulgar nota informando que a peça, chamada de Clamp H 25 tem a função de proteger e posicionar adequadamente a fiação principal localizada na parte interna do sistema de iluminação do farol, a fim de evitar rompimento dos fios ou mau contato. (...)

The image is a screenshot of the website for the newspaper 'O Estado de S. Paulo'. At the top, the newspaper's name is displayed in large blue letters. To the right, there is information about the director, Julio Mesquita (1891-1927), and the current director, Ruy Mesquita. Below the name, there is a search bar and a navigation menu. The main content area features a headline: 'Boato envolvendo pacto do "além" assombra Honda'. Below the headline, there is a sub-headline: 'Peça em forma de cruz invertida vira motivo de polêmica e provoca reação irritada da empresa'. The author's name, Cleide Silva, is listed. The article text begins with: 'Uma peça plástica cujo formato lembra uma cruz invertida assusta supersticiosos donos das motocicletas Honda CG 150 Titan. Uma onda de boatos na internet se espalha por todo o País e sugere que a cruz, instalada no farol, é amaldiçoada, resultado de um pacto feito com o diabo pelo engenheiro projetista do veículo. Muitos proprietários estão retirando a peça, o que pode causar dano à moto.' A quote follows: '"Em 35 anos de Brasil nunca vimos um absurdo tão grande", diz um porta-voz da Honda. A empresa, porém, não descarta a possibilidade de alterar o desenho da peça para evitar problemas. A boataria na internet, fenômeno chamado de hoax, começou há um mês.' The article concludes with: 'Em São Paulo, até o dono de uma grande loja de motos na região central retirou a peça, mas pede para não ser'. On the right side of the page, there are several promotional banners, including one for 'só assinantes O ESTADO VERSÃO ADOBE em PDF' and another for 'Links Patrocinados' with a Google Ad for 'Honda Cb500 - Motos Honda'.

FIGURA 16. Página do jornal O Estado de S.Paulo com matéria sobre o boato da Honda.

Fonte: <http://txt.estado.com.br/editorias/2006/06/09/eco-1.93.4.20060609.12.1.xml>

- b) *Jornal Diário Online*¹⁴⁶ (Marília/SP), em 4 de junho de 2006, sob o título “ ‘Cruz’ em moto gera onda de boatos”:

(...)A lenda – já explicada pela empresa, sites e publicações especializadas – provocou pelo menos quatro telefonemas ao Diário com pedido de informações.

A Honda nega que a peça simbolize uma cruz invertida, porém muitos motociclistas já trataram de retirar o material da moto, o que não é aconselhado pela marca. Em nota a Honda explicou a função da peça. (...)

Ainda assim, muita gente ainda tira a peça. (...)

- c) *Gazeta do Sul*¹⁴⁷ (Santa Cruz do Sul/RS), em 6 de julho de 2006, sob o título “Boato da cruz leva usuários às oficinas”:

(...) Proprietários das motos ‘amaldiçoadas’ que acreditaram ou ficaram intimidados com a história procuraram as oficinas da marca para obter informações ou, até mesmo, solicitar a retirada da cruz.

GARANTIA – Em Santa Cruz não foi diferente. Gustavo Landesvatter, da Landesvatter, disse que ainda há usuários que procuram a loja para saber se a história é verdadeira. (...)

Márcio Bacaro, gerente da Valecross, lembra que no começo de junho recebeu vários clientes com dúvidas sobre o boato. (...) De acordo com ele, desde o início a empresa deixava bem claro que não fazia a retirada do componente. (...).

- d) *Gazeta de Ribeirão/SP*¹⁴⁸, em 4 de junho de 2006, sob o título “Boato faz dono retirar peça de moto”:

(...) Assustados, os proprietários da moto, têm procurado as revendas e empresas de assistência técnica para a retirada da peça.

De acordo com a gerente da revenda Motoasa, Deise Freitas, somente na última sexta-feira foram cerca de 200 ligações de clientes. Há também e-mails. ‘Os mecânicos já estão cansados de tanto dar explicações sobre isso’, disse Freitas.

(...) O proprietário de auto-escola Sebastião Tozetti, que tem duas motos do modelo, fez questão de abrir a lanterna e retirar a cruz, assim que soube da história há 15 dias. ‘Eu sou católico e sempre caminho com Deus, só que o bem ninguém faz. O mal sempre tem alguém querendo fazer’, disse Tozetti, que usou água benta para lavar cada cruz antes de se desfazer delas.

- e) *Jornal da Cidade.net*¹⁴⁹ (Aracaju/SE), em 18 de junho de 2006, sob o título “Boato de terror envolve a CG 150”:

¹⁴⁶ Disponível em: http://www.diariodemarilia.com.br/ver_noticia.php?noticia=39748 – Acesso em 17/10/2006

¹⁴⁷ Disponível em:

http://gazeta.via.com.br/default.php?arquivo=_noticia.php&intIdConteudo=57125&intIdEdicao=894

¹⁴⁸ Disponível em:

http://www.gazetaderibeirao.com.br/conteudo/mostra_noticia.asp?noticia=1439840&area=92020&authent=6E56B88E667300D7EFB315F6CAB9DC – Acesso em 17/10/2006

(...)A atitude de alguns proprietários de motos Honda assusta e preocupa o gerente de vendas da Aribé Motos, em Aracaju, Ricardo Andrade. Segundo ele, tudo não passa de folclore, um boato maldoso e perigoso. O executivo da concessionária Honda em Sergipe alerta para o risco de mexer no equipamento. 'Não mexam na peça, é perigoso e pode afetar o funcionamento da moto. E no caso da motocicleta ser nova, quem mexer vai perder a garantia', explica.

Ricardo afirma que a Honda é uma multinacional conceituada e que seus engenheiros jamais adotariam uma postura irresponsável.(...)

- f) *Rondoniaaovivo.com*¹⁵⁰ (Porto Velho/RO), em 5 de junho de 2006, sob o título “Boato leva motociclistas a tirar peça ‘diabólica’ de motos Honda”

(...) O boato tomou conta da Internet e se espalhou por blogs, comunidades de sites de relacionamento e lotou as caixas postais de revistas e sites relacionados a motocicletas.

É preciso ter um pouco de imaginação para ver o suporte, chamado de clipper, como sendo uma cruz. Principalmente invertida. Mas para quem conseguir ver o tal símbolo associado ao tinoso, acreditar na história não é tão improvável. Um dos modelos mais comercializados da Honda, a CG Titan sempre foi um sucesso de vendas por ser barata, econômica e potente. Mas para os motociclistas que acreditam na história, esses não são os motivos do êxito da moto. Para eles, há acordo com Lúcifer.

(...) Proprietários e usuários da moto narram uma história de que a presença da peça pode atrair azar, porque supostamente desrespeita o símbolo religioso representado pela cruz. (...)

- g) *Correio da Tarde*¹⁵¹ (Natal/RN), sob o título “A Honda e o pacto com o diabo”:

(...) Logo após ler o texto ou dele tomar conhecimento, muitos proprietários do modelo "amaldiçoado" estão se dirigindo às oficinas mecânicas da cidade e pagando R\$ 5,00 para retirar a peça em forma de cruz localizada na parte interna do farol.(...)

- h) *Terra*¹⁵², em 9 de junho de 2006, sob o título “ ‘Anticristo’ pode fazer Honda alterar moto”:

(...) Por causa do boato, muitos proprietários estão atendendo ao "pedido". Irritada com os boatos, que deram origem a inúmeros e-mails de clientes, a Honda divulgou nota sobre o assunto, informando que a peça - chamada de Clamp H25 - protege e posiciona adequadamente a fiação da parte interna do sistema de iluminação do farol.(...)

- i) *Motonline*¹⁵³ (site especializado em moto), em 2 de junho de 2006:

¹⁴⁹ Disponível em:

<http://www.jornaldacidade.net/noticia.php?id=44110&PHPSESSID=168e8a541d5ccfd635ec2b26a80f144>

¹⁵⁰ Disponível em: <http://www.rondoniaovivo.com/exibenot0.php?id=16911> – Acesso em 17/10/2006

¹⁵¹ Disponível em: http://www.correiodatarde.com.br/colunistas/erasmo_carlos-2905 – Acesso em 17/10/2006

¹⁵² Disponível em: http://br.invertia.com/noticias/noticia.aspx?idNoticia=200606091148_INV_29504484

Nos últimos dias recebi centenas de cartas com o mesmo teor. O mais impressionante é constatar que a fé cega supera qualquer vestígio de sensatez.

(...) Já recebi cartas de várias partes do Brasil com notícias em jornais que só me deixaram mais estarecido. Em algumas cidades mecânicos – obviamente com fé de menos e tino comercial demais – estão cobrando R\$ 10 para retirar a peça. Em outras há fila de motociclistas que levam suas motos para serem benzidas ou unguidas por padres, pastores, rabinos, ou qualquer outro representante religioso.

(...) A Honda se recusa a fazer algum pronunciamento oficial, mas alguns concessionários tiveram o trabalho de distribuir comunicados a seus clientes informando que a referida peça tem como finalidade evitar o atrito entre os fios do chicote elétrico e que a retirada além de comprometer o sistema, ainda quebra o contrato de garantia. (...)

Observa-se nas informações dadas nas matérias que diversos proprietários da moto do modelo em questão, em todo o país, procuraram concessionárias, lojas especializadas ou fizeram por conta própria a retirada da peça em forma de “cruz”, mesmo perdendo a garantia do produto. A própria empresa fabricante do veículo foi criticada por sua “irresponsabilidade” e precisou agir contra as informações falsas divulgadas no mundo virtual.

Esclarecido o objeto, sua relevância e as conseqüências de sua propagação, seguem os procedimentos metodológicos adotados para a realização da análise.

3.2 Aspectos metodológicos

Como foi mencionado, a escolha do rumor a ser analisado se deu, entre outros aspectos, pela dimensão alcançada por ele a partir da constatação, por parte dos pesquisadores, de que se tratava de uma informação falsa. Ressalta-se, portanto, que este trabalho reconhece que o rumor escolhido foi propagado em diversos ambientes diferentes – tanto *online*, desde e-mails, blogs e sites de naturezas diversas, quanto *offline*, como ficou claro na seção anterior – mas que não havia condições ou interesse de se acompanhar todos os meios alcançados, pois o foco era o debate no Orkut.

O ambiente escolhido para a realização do estudo, o Orkut¹⁵⁴, é um *site* de relacionamentos que, de acordo com o Alexa.com¹⁵⁵, tem 65,7%¹⁵⁶ de seus usuários formados

¹⁵³ Disponível em: <http://www.motonline.com.br/default.asp?cod=7262&categoria=2&show=1> – Acesso em 17/10/2006

¹⁵⁴ Disponível em <http://www.orkut.com> – Acesso em 30/05/2007

por brasileiros. No Orkut, podem ser abertas comunidades de assuntos diversos, reunindo membros que tenham interesses comuns e, como já mencionado, proporcionando o surgimento das redes sociais, onde alguns laços podem parecer mais fortes. Em cada comunidade, há um *fórum*, onde membros participantes podem conversar, debater, trocar informações, abrindo tópicos de discussão.

Seguindo uma observação sistemática, a procura por discussões em comunidades do Orkut sobre o rumor estabelecido foi feita através do mecanismo de busca do próprio programa. Abrindo-se o fórum de cada comunidade escolhida, é possível escolher um tópico para ser observado digitando a palavra-chave em “pesquisar este fórum”. Enfim, através de análise do conteúdo, pretendeu-se investigar como os indivíduos discutiam sobre o assunto nos ambientes selecionados, bem como estabelecer categorias para diferenciar as informações utilizadas nos comentários dos participantes das comunidades.

3.2.1 Corpus

Bauer e Aarts (2005) defendem a construção de um *corpus* como um princípio alternativo de coleta de dados. Segundo os autores, a construção de um *corpus* atesta a eficiência na seleção de algum material para caracterizar o todo, compreendido com uma coleção de textos demarcado ou qualquer material com funções simbólicas. Um *corpus* é fruto de uma seleção qualitativa e sua principal característica é a arbitrariedade, o que pode significar justamente não se “conseguir um *corpus* totalmente representativo” (BAUER; AARTS, 2005, p.60). Levando esse aspecto em consideração, cita-se Bardin (1977, p. 96), que define o *corpus* como “o conjunto dos documentos tidos em conta para serem submetidos aos procedimentos analíticos. A sua constituição implica, muitas vezes, escolhas, seleções e regras”.

Partindo desses pressupostos, a definição do *corpus* foi feita a partir de uma coleta de dados inicial, ocorrida entre os dias 15 e 30 de julho de 2007. Apesar do caráter arbitrário, salientado por Bauer e Aarts, essa seleção inicial levou em conta aspectos relevantes ao processo de um rumor como um todo e, para se chegar a um *corpus* o mais representativo

¹⁵⁵ O ranking dos *sites* mais acessados do Alexa (<http://www.alexa.com/>) combina dois dados: o total de usuários únicos que o site alcança por dia e o número de "page views" (cada vez que alguém acessa a página; um usuário pode acessar um site várias vezes ao dia).

¹⁵⁶ Dados atualizados em 15/02/2008

possível, foi realizada seguindo algumas premissas. Assim, a busca por comunidades que estivessem debatendo o boato escolhido foi feita levando-se em consideração o público mais envolvido no assunto moto. Realizou-se a procura no Orkut inicialmente com as palavras “moto” e “Honda”, dada a relevância do assunto para os donos ou amantes de motos. Ambas as pesquisas resultaram em mais de 1000 comunidades encontradas. Foram selecionadas, então, comunidades que tinham no nome verbos como “ter”, “gostar” e “amar” ligados ao veículo e mesmo comunidades dedicadas a pessoas que já caíram de moto. Realizou-se ainda uma busca pelo modelo da moto em questão, CG 150, que resultou em comunidades específicas sobre o boato escolhido.

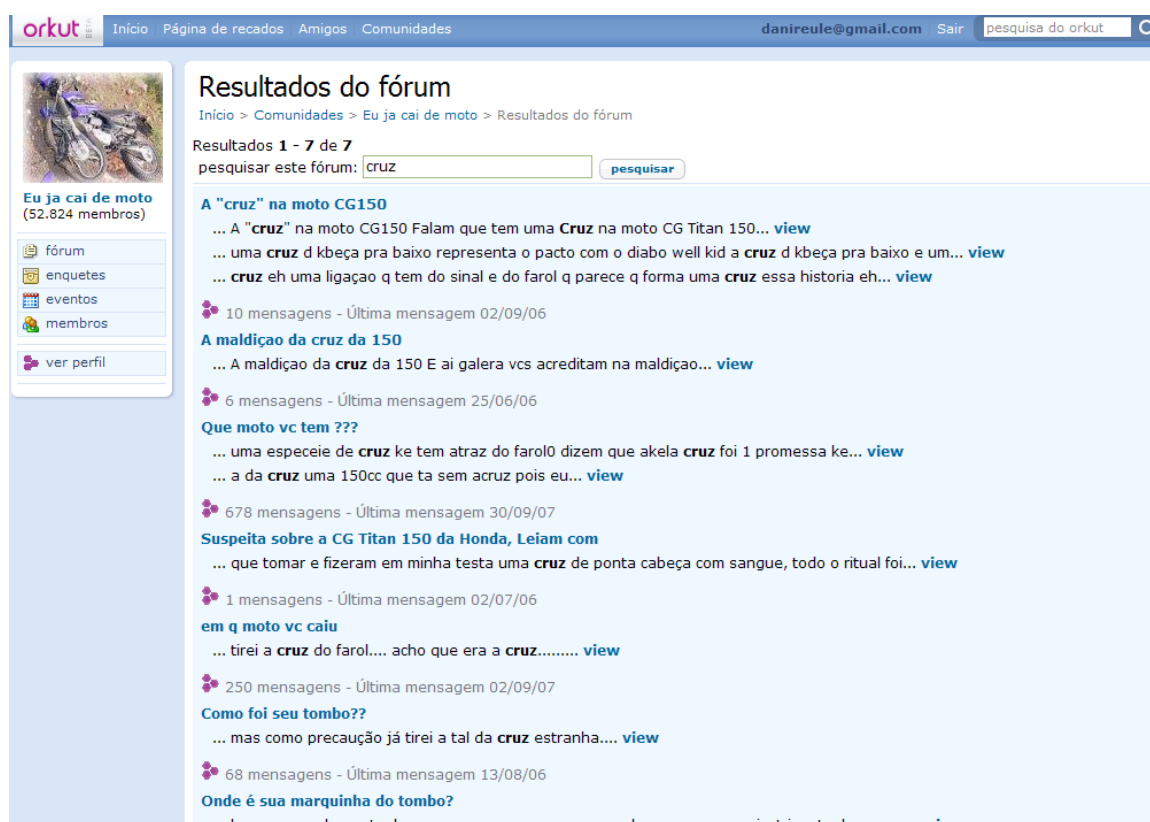


FIGURA 17. Página do Orkut com resultados de pesquisa pela palavra “cruz” em fórum de uma comunidade. Fonte: <http://www.orkut.com/CommTopics.aspx?cmm=1109224&q=cruz>

Dessa primeira seleção, fez-se uma pesquisa, entre os dias 15 e 25 de agosto de 2007, dentro de cada comunidade, na ferramenta “pesquisar este fórum”. A busca foi feita pela palavra-chave do boato: “cruz” (Fig.17). Desse modo, viu-se quantos tópicos e mensagens sobre o assunto existiam em cada comunidade. As comunidades que não apresentaram resultado satisfatório na busca (como, por exemplo, as que apresentavam a palavra “cruz” relacionada a outro assunto ou simplesmente não a apresentavam) foram descartadas. Dessa nova seleção, foram eliminadas as comunidades que apresentavam apenas uma mensagem

(não apenas um tópico) sobre o assunto, visto que, desse modo, não constituíam um debate ou discussão para ser analisado.

Por fim, optou-se pela análise das mensagens em tópicos das seguintes comunidades:

- a) “Eu amo minha moto!!!” - <http://www.orkut.com/Community.aspx?cmm=1179008>
- b) “EU JÁ CAÍ DE MOTO!!!!!!!!!!” - <http://www.orkut.com/Community.aspx?cmm=3353048>
- c) “Eu ja cai de moto” - <http://www.orkut.com/Community.aspx?cmm=2316514>
- d) “Eu ja cai de moto” - <http://www.orkut.com/Community.aspx?cmm=1109224>
- e) “HONDA CG 150 SPORT A MÁQUINA” - <http://www.orkut.com/Community.aspx?cmm=24801115>
- f) “O boato da titan 150 é falso” - <http://www.orkut.com/Community.aspx?cmm=17622634>
- g) “Eu tenho uma Honda CG 150” - <http://www.orkut.com/Community.aspx?cmm=5146157>
- h) “O mistério da honda cg 150 †” - <http://www.orkut.com/Community.aspx?cmm=14169229>
- i) “Cruz na honda 150... pacto...” - <http://www.orkut.com/Community.aspx?cmm=14783178>
- j) “EU AMO MOTO” - <http://www.orkut.com/Community.aspx?cmm=710242>

3.2.2 Métodos e técnicas

Através da revisão bibliográfica pretendeu-se assimilar e esclarecer a dinâmica do fenômeno estudado (rumor) tanto quanto o ambiente em que este foi analisado (Internet). Segundo Oliveira (2005, p.37), “a construção do conhecimento é um diálogo que se estabelece com os autores escolhidos, visando dar sustentação teórica ao tema em estudo”. Posto isso, para que este trabalho fosse bem fundamentado, a fim de dar coerência ao estudo proposto, foi essencial a leitura de textos que abordam assuntos como rumores (com visão comunicacional, psicológica e sociológica), Internet, Web 2.0, Sociedade da Informação e ciberespaço. Sendo um tema bastante atual, o levantamento bibliográfico compreendeu também teses, dissertações e artigos recentes. A intenção era que a pesquisa bibliográfica percorresse todas as etapas do trabalho. De acordo com Stumpf (2005, p. 54), decidido e implementado o projeto da pesquisa, a revisão de literatura permanece durante a análise dos dados coletados, pois “é nesta fase que o exame dos textos poderá auxiliar a interpretar e a explicar os fenômenos observados”.

Como ressalta Bauer (2005, p.189) “os textos, do mesmo modo que as falas, referem-se aos pensamentos, sentimentos, memórias, planos e discussões das pessoas, e algumas vezes nos dizem mais do que seus autores imaginam”. Nesse sentido, optou-se pela análise de

conteúdo como método principal, que se aplica adequadamente a este estudo específico de rumores e boatos virtuais por permitir uma visão interpretativa dos textos trabalhados, auxiliando na compreensão do fenômeno estudado dentro do contexto social atual. Fonseca Júnior (2005) observa que a análise de mensagens do que ele chama de *nova mídia* (Internet, CD-ROM, livros eletrônicos, TV segmentada) é um desafio a ser superado, já que altera características centrais da comunicação de massa tradicional: a unidirecionalidade e a massificação (LIMA, 2001 apud FONSECA JÚNIOR, 2005, p.287). De qualquer modo, aplica-se a análise de conteúdo entendida como:

Um conjunto de técnicas de análise das comunicações visando obter, por procedimentos sistemáticos e objetivos de descrição do conteúdo das mensagens, indicadores (quantitativos ou não) que permitam a inferência de conhecimentos relativos às condições de produção/ recepção (variáveis inferidas) destas mensagens (BARDIN, 1977, p.42).

Partindo desta definição de Bardin, esperava-se que os resultados da investigação em comunidades virtuais, através da análise do conteúdo dos comentários de participantes do grupo, permitissem constatar qualitativamente elementos argumentativos, gerando categorias, e etapas do processo de circulação de rumores nesses ambientes, o que se revelou possível.

3.3 Processo de análise

A análise dos dados colhidos foi realizada no período de 20 de dezembro de 2007 a 30 de janeiro de 2008. No total, foram analisadas 262 mensagens de membros participantes das 10 comunidades do Orkut selecionadas (Anexo H). O trabalho não teve a intenção de verificar a credibilidade dos comentários analisados. Também não foram levados em consideração os aspectos relacionais entre os membros das comunidades, visto que o foco da análise era o rumor em si, não ao que se refere à sociabilidade. Por fim, não se procurou analisar a origem do boato virtual no Orkut, pois, como já foi explicado anteriormente, é irrelevante para o processo.

Numa primeira etapa de observação, ficou evidente que, apesar de haver um predomínio de comentários dando força ao boato virtual, também o “antídoto” passou a circular pelos mesmos ambientes, enfraquecendo o rumor em determinadas discussões. Assim, verificou-se a existência de dois tipos de mensagens, direcionando o texto para o fortalecimento ou para o enfraquecimento do boato virtual, como será visto adiante. Este aspecto foi considerado o ponto essencial para a classificação dos elementos da dinâmica de

um rumor nesse ambiente virtual de conversação e para a posterior análise dos resultados. A partir dessa reflexão, para cada mensagem colocada em fórum, foram indicadas características determinando sua tendência de dar continuidade ou não à discussão sobre o boato em questão, apresentando mecanismos que serão descritos a seguir.

3.3.1 Os elementos presentes no debate

Conforme exposto, devido à potencialização e à velocidade de propagação permitidas pela Internet, o processo de averiguar ou desmentir uma falsa informação na rede tornou-se mais trabalhoso. Também a procura pela confirmação da autenticidade do conteúdo de uma mensagem recebida é praticamente nula antes de um repasse em ambientes virtuais. Somado a isso, DiFonzo e Bordia (2007, p.130) afirmam que o procedimento de dar sentido coletivamente a um rumor na Internet “parece seguir um processo multifases de trazer o rumor à atenção do grupo, partilhar informações, avaliar explicações e então resolver problemas¹⁵⁷”. Partindo desses pressupostos, observou-se que o que ocorre no caso da moto da Honda nos fóruns de comunidades do Orkut é que cada participante, buscando apurar informações que circulam ou simplesmente fazer sua parte no repasse do que julga importante, adota um papel durante as discussões sobre o boato virtual, defendendo seu ponto de vista com argumentos próprios e munido, muitas vezes, de outras informações igualmente falsas. É nos comentários que o indivíduo expressa sua ansiedade, seus medos, crenças e incertezas, variáveis relacionadas à transmissão do rumor.

Pela análise de conteúdo dessas mensagens, realizada manualmente, foi possível verificar a existência de elementos que constituem a dinâmica de um boato virtual num fórum de discussão de uma comunidade no Orkut. São padrões interativos no processo de discussão sobre o boato em questão, bem como padrões argumentativos, em que se observa o tom utilizado pelo internauta. Desse modo, estes elementos, cujas definições serão explicitadas a seguir, foram chamados de: 1.Dispositivos textuais e 2.Disposição textual.

Dispositivos textuais são recursos dos quais os membros da comunidade se utilizam para alimentar (fortalecedor) ou desacreditar (enfraquecedor) um boato virtual, mecanismo pelo qual os participantes se manifestam ou se expressam sobre o assunto. De fato, são os

¹⁵⁷ (...) seems to proceed in a multistage process of bringing the rumor to the attention of the group, sharing information, evaluating explanations and then resolving problems.

elementos fundamentais para definir a evolução da dinâmica dos rumores nesses ambientes da rede. A partir do momento em que o indivíduo participa da discussão usando palavras e/ou expressões que dão força à falsa informação que está sendo discutida como verdadeira, ele está reforçando o rumor, sustentando uma credibilidade. Ele pode fazer isso confirmando, ironizando, complementando ou discutindo o boato, duvidando/desconfiando dele ou ainda citando elementos para “legitimar” a informação. Também utilizando palavras e/ou expressões, o sujeito participante pode tirar a credibilidade de uma informação ao negar ou ironizar o boato virtual, apresentar evidências provando a não veracidade de seu conteúdo ou ainda interromper a discussão, enfraquecendo seu processo.

Com a pesquisa sendo feita manualmente, os dados foram se mostrando ao longo da análise. Fazendo-se as anotações sobre as tendências das mensagens colocadas nos fóruns, foram observadas diferenças nas manifestações e intenções¹⁵⁸ dos comentários dos participantes, do modo como se expressaram, tanto entre os que se utilizaram de dispositivos fortalecedores quanto entre os que usaram dispositivos enfraquecedores. Sendo assim, para identificar quais elementos argumentativos constituem os dispositivos encontrados na primeira fase da análise, cada comentário lido recebeu uma qualificação baseada no tom argumentativo utilizado pelo participante. Para cada novo tom, uma nova qualificação. Do mesmo modo, comentários de mesmo tom argumentativo receberam a mesma qualificação, até se chegar às classificações e subdivisões finais.

Dispositivo textual **fortalecedor** é, portanto, o recurso utilizado pelo participante de uma comunidade para reforçar e dar continuidade a um boato virtual, mesmo que não seja essa sua intenção. Propositalmente ou não, ele dá mais credibilidade à falsa informação que está sendo propagada naquele ambiente de discussão. Dessa forma, outros participantes ativos da comunidade ou mesmo *lurkers*¹⁵⁹ podem ser influenciados a tomar o boato como verdade. Na análise dos comentários, os dispositivos fortalecedores que buscavam alimentar o boato virtual foram qualificados como:

- a) **de crença ou afirmação** - o indivíduo reforça o boato deixando claro que acredita na informação passada e a sustentando como verdadeira, como nos exemplos:

Maurício
eh verdade

¹⁵⁸ Como já foi dito, não é possível analisar a intenção real de cada indivíduo que escreve na Web. Entretanto, o uso da palavra aqui é para definir o tom interpretado na mensagem a partir de determinadas palavras e/ou expressões.

¹⁵⁹ Indivíduos que apenas lêem mensagens e comentários, acompanham discussões e debates em blogs, comunidades, salas de bate-papo ou qualquer sistema interativo, sem contribuir com conteúdo.

o pior eh q eh verdade memo!

(`·,·,·-> °°

eu tirei aquela coisa e botei fogo....c o cara fez um pacto com o coisa ruim então eles q c entendão...eu naum vo fica carregando aquilo na minha moto....credo!!!

☞ **o n i l i n**

pow fikei sabendu dessa parada ai .
uu bagulhoo0 eh doido0 ..
eh pq vcs naum sabem dah isto0ria
du karinha ki fabriko0 ela ...

- b) **de comprovação** - o indivíduo reforça o boato acrescentando dados ou relatos que acredita serem provas, evidências capazes de legitimar a informação que foi passada, como nos exemplos:

Anônimo

Estava voltando de Ubatuba para São Paulo, quando presenciei o fato de um acidente de uma Honda 150 que foi em choque de frente com um carro em uma curva, alguns motoboys que chegaram no local comentaram sobre essa cruz no farol, foi quando eu procurei e não encontrei, logo apos chegou um outro motoqueiro que sabia onde estava essa cruz, foi quando nos deparamos que essa cruz estava de cabeça para baixo.

No acidente o homem que pilotava a moto quebrou sua perna esquerda e quando pegamos na cruz da moto vimos q o lado esquerdo dela estava quebrado justamente o lado em q o motoqueiro quebrou sua perna.

☞ **Eduardo Ω究P**

meu amigo dia 7/10/2007 levou um tombo e quase morreu....
quando ele dismantou o farol lah estava a cruz!
por isso eu acredito nessa cruz maldita....

Eyder &

Eu tb encontrei!!!

Hoje pela manhã meu amigo veio até minha casa e me contou sobre essa história entrei no site onde ela estava registrada, após ler abri a farol da moto e estava lá dentro junto ao chicote da moto. Coisa demoniaca mesmo pois não tem nenhuma utilidade. P/ quem quiser conferir ta ai o link.

<http://www.saomiguelweb.com/noticiasDestaque.asp?id=133>

- c) **de complementação** - o indivíduo reforça o boato se utilizando de outras informações, externas ao rumor em si ou à mensagem original, para sustentar uma veracidade inexistente, como nos exemplos:

Anônimo

O PNEU TMB (SINISTRO)

LEVEM MAIS A SERIO ISSO GALERA.....

AXO QUE DEVEM SE PREOCUPAREM MAIS COM ESTE FATO QUE É REAL.....

PARADA DA CRUZ NÃO PARA POR AI....
COMO VC ME EXPLICAM O FATO DA PIRELI TER DESENVOLVIDO
UM PNEU EXCLUSIVO PARA CG TITAN 150 COM O NOME DE "City
Demon", isto é, "Cidade Demônio" (tradução literal).SERÁ UMA SIMPLES
CASUALIDADE?????
CONFIRAM NAS SUAS MOTOS E CONFIRAM COMO ESTÁ
ESCRITO NO PNEU.....

Srtª Danúbia

olha a do meu tio tem a cruz e a dele tinha o número 3 atraz da cruz, e
pesquisamos e o número que dizer a quantidade de acidentes que ele iria
sofre e no ultimo ele morreia, ele sofreu dois e no momento esta em uma
cama lutando pra se recuperar, sem nem pode se levantar e já faz 4 meses...e
no pineu da moto realmente tem city demon

Sander

pra quem nao acredita,veja essa!
em uma noite va aproximando a moto em uma parede com o farol
ligado,nela vc vera a imagem de uma cruz ao avesso,se vc nao acredita faça
o teste!

- d) **de dúvida ou desconfiança** - o indivíduo reforça o boato levantando questões
sobre a autenticidade das informações passadas mas, ainda assim, manifestando
julgar possível a veracidade da mensagem, como nos exemplos:

Carlos Henrique

bom cara tbm num acredito nessas parada ai naum
mais q tem uma cruz na 150 tem sim eu jah vi tirar nas motos de lguns
amigos meus e eh uma cruz peq.de madeira colada com fits isoante de
cabeça pra baixo!!!
eh o q eu disse: num acredito mais q tem uma cruz tem sim

maninho

A CRUZ DO FAROL DA 150!
olha eu ñ sei oq é q significa essa tao cruz eu so sei q eu tirei a minha assim
qd subi desse boato

BEATRIZ ,.°.♥*

se é verdade ou não isto eu não sei.
mas que a 150 ja de derrubou isto sim é verdade eu só sofri arranhões e
minha prima quebrou a bacia,será q é a tal cruz hein?

- e) **de ironia (com crédito)** - o indivíduo reforça o boato ironizando as informações
passadas mas demonstrando acreditar ou julgar possível a veracidade da
mensagem, como nos exemplos:

DOUGLAS(ZAKA)

cruzinha do capeta!!?
ñ vo abri meu farol pra tira cruzinha nenhuma!ha ha ha !!!!!!!
q c foda a cruz!!!!!!
q c foda o engenheiro!!!!!!
q c foda o demo!!!!!!!!!!!!

Anônimo

PIADA

AEE SO QUERO VER .. TIREI HOJE A CRUZ DA MINHA MOTO....

SE EU MORRER VENHO BUSCAR VCSS,, HAUHAUHHAU

TIRE A CRUZ MAS NAO A QUEMEI.. COMO MUITOS FALAMM,, A

CRUZ UM SIMBOLO SAGRADO PARA TODOS NOS CRISTAO...

JOGUEI ELA EM AGUA CORRENTE...

Já o dispositivo textual **enfraquecedor** é o recurso utilizado pelo participante da comunidade virtual para atenuar ou tentar controlar a disseminação de um boato, desacreditando outros membros e desabonando informações passadas ao grupo em alguns momentos. A idéia, muitas vezes, é realmente esclarecer o restante do grupo, fazendo com que demais participantes ativos da comunidade ou *lurkers* possam entender tratar-se de uma informação falsa. Analisados, os dispositivos enfraquecedores encontrados em comentários que buscavam desacreditar o boato virtual foram qualificados como:

- a) **de descrença ou negação** - o indivíduo atenua o boato deixando claro que não acredita na informação ou apoiando comentários enfraquecedores deixados por outros participantes, como nos exemplos:

Anônimo

nada aver

nem é uma cruz é um separador de fios isso é só um boato

Anônimo

Eu ã acredito

Que acidentes sejam causados pelo fato da †, se é pra vc caí, vai caí c/
qualqué moto, as vezes é falta de cuidado, eu ja caí uns dois tombos c/ a
minha + foi por descuido mesmo...

Deco

cara, c disse tudo... até salvei esse tópico todo aqui!

É cada besteira q brasileiro inventa cara... sem noção! hehehehe

Abração

Anônimo

beleza

agora estou começando a entender melhor os fato.faz muito sentido a tal
peça.....

- b) **de indignação** - o indivíduo atenua o boato expressando-se com revolta, indignação ou impaciência com a continuidade do debate, com outros comentários ou com o rumor em si, como nos exemplos:

Breno Fernandes

d novo esse papo da cruz????

Anônimo

Lógico q é falso

Qm seria tão idiota em acreditar nessa merda...???

Joãozinho

aff

nossa quanta besteira...

isso ai num tem nd a ver

agora c vcs acreditam...

retirem a tal "cruz" pra

dar um curto circuito na

moto e falar q foi por causa

do pacto alem de perder a garantia

da moto... c eh q pode ser chamada

de moto neh..nd a ver isso ai naum

Bruno

Essa história da cruz é totalmente ridícula. Muito nada a ver, o pessoal não tem mais o que inventar.

- c) **de orientação** – o indivíduo atenua o boato negando a informação passada e/ou procurando esclarecer o assunto aos outros participantes utilizando-se de explicações factuais, como nos exemplos:

Gabriel V

ESTA PEÇA TEM REALMENTE.

MAS NÃO SE TRATA DE CRUZ INVERTIDA

E SIM DE UM PLÁSTICO PARA QUE FIXE MELHOR OS FIOS, PARA

QUE NÃO SE JUNTEM, ENTÃO FOI POSTO ESTE ACESSÓRIO QUE

SERIA PARA MANTER FIOS DE CORRENTES DIFERENTES

SEPARADOS.

ACONSELHO NINGUEM A TIRÁ-LOS.

Hyago

acho tudo isso besteira a honda disse em nota que a cruz serve pra proteger a fiação da moto

Anônimo

A tal "cruz" nada mais é que um gabraito para alinhar o farol da moto na

linha de montagem da moto! Aí vem um idiota que inventa outra lenda

urbana desta e o pessoal logo fica impressionado! Amigos essa história de

cruz é papo furado a cg já é uma moto consagrada no mercado naum precisa

de forças misteriosas pra ser um sucesso!! Abraços a todos e me desculpem

se ofendi alguém com a minha opinião! só quero dizer o que penso!

Romário

No depoimento diz que ele criou a moto no japão para exportação para o

Brasil, na apresentação do BCWS

<http://www2.uol.com.br/bestcars/motos/titan-1.htm> no 6º parágrafo diz que

ela foi criada no brasil por estilistas brasileiros.

E todos nós sabemos que a Titan 150 é uma moto 100% nacional.....

d) **de ironia (com descrédito)** - o indivíduo atenua o boato ironizando a informação passada e/ou outros participantes que demonstram acreditar nela, como nos exemplos:

Thiago Maranhão

A YAMAHA tbem é do DEMO!!!

Por falar em invenção da concorrente... hehehe

As 3 pontas do símbolo da YAMAHA nada mais são do que uma estilização do tridente do demo... Eles apenas tentaram disfarçar fazendo ele estilizado, e essa cor vermelha no fundo não engana ninguém!

uahuahauhahahuahuaahuha

conta outra ae...

alencar

so o q falta vez acreditarem em papai noel e coelho da páscoa

Carlos Fernando

Aquela Cruz é para quando for tomar uma cuba libre misturar montila com coca, já que a chave de roda muda o gosto do rum.

huhua, fala sério, tem gente que acredita em tudo.

Só falta mencionarem a mulher do banheiro que coloca algodão no nariz, o velho do saco ...

Anônimo

QUe hilário!!!!!!!

Vc acham q a Honda iria gastar dinheiro pra colocar uma peça q não serve pra nada!!!!!!!

É evidente que, direcionados para um mesmo propósito, dois ou mais dispositivos podem estar presentes num mesmo comentário. Nas mensagens a seguir, por exemplo, os indivíduos se manifestam utilizando os dispositivos enfraquecedores de indignação e orientação no mesmo comentário:

toyta

quanta besteira...

nossa quanta besteira q viu...

essa tal "cruz" tem funçao nenhuma

alem de suporte do chicote do farol...

ai o povo tira e dah curto na moto

e pega fogo ai fala q foi por causa

do demonio.. ai sai espalhando besteira

pela internet... mais besta ainda quem

acredita...

Ricardo

aff

param de falar besteira

a 'cruz' como vcs falam

eh apenas pra nao dar curto entre os fios...

puts como sao otarios.

Também pode acontecer de existirem comentários considerados indiferentes para este estudo. Tais manifestações nada acrescentam à discussão e, portanto, em nada contribuem

para a dinâmica do boato virtual. São casos em que o indivíduo foge completamente ao assunto que está sendo discutido ou escreve frases sem sentido ou tão mal escritas que não chegam a ser facilmente entendidas.

Além dos recursos textuais utilizados nos comentários, outro item analisado nas discussões sobre o boato virtual, e que constitui parte da dinâmica observada, está relacionado à ordenação das mensagens no fórum. A **disposição textual**, portanto, compreende elementos relevantes para a dinâmica do boato, mas que não podem ser controlados pelos participantes. O tempo que se leva para dar uma resposta (fortalecendo ou enfraquecendo) ao tópico influencia na produção de sentido, assim como a ordem em que se encontram as repostas. Por exemplo, se um indivíduo se utiliza de um dispositivo enfraquecedor logo após o primeiro *post* trazendo o boato virtual, é possível que seja dada uma atenção maior ao seu comentário do que se ele colocar esse mesmo dispositivo após três ou quatro dispositivos fortalecedores. Entretanto, como o indivíduo pode escolher “apagar” seu comentário do fórum a qualquer momento, apesar de relevante como elemento para a compreensão da dinâmica de um boato virtual, a estrutura textual não pode servir como base ao processo, visto que pode sofrer alterações no Orkut.

Identificados os elementos a que se propunha o presente estudo, cabe aqui considerar novamente uma questão metodológica. Por tratar-se de um trabalho exploratório, a idéia era encontrar, a partir da análise, os tipos de argumentação e estratégias utilizadas para enfraquecer ou fortalecer um boato. Porém, não se teve intenção de trabalhar quantitativamente as categorias elaboradas. Mesmo os comentários expostos foram ilustrativos, usados para exemplificar cada categoria. O objetivo era avaliar os elementos e, no caso deste estudo, os números não seriam uma contribuição a esse propósito. Vale destacar que o assunto foi ainda pouco explorado e as categorias não existiam. Além disso, a pesquisa diz respeito a boatos virtuais de maneira geral e o processo de se quantificar diria respeito somente ao boato da Honda, usado como objeto de estudo para identificar os elementos argumentativos propostos desde o início. Depois de percorrido o caminho da análise, é evidente que outras questões surgiram e não se descarta a possibilidade de o esquema apresentado poder ser usado para estudos futuros, possivelmente trabalhando-se com quantificação.

Também não houve interesse nesta pesquisa de se analisar a retórica utilizada, pois isso implicaria em questões discursivas e de poder. De fato, a dificuldade neste estudo foi estabelecer um recorte, visto que se trata de assunto ainda pouco explorado, especialmente na

área da comunicação. Portanto, no tempo disponível para a pesquisa, não seria possível estudar o boato virtual em todas as suas perspectivas e vertentes.

3.3.2 Modelo dos elementos da dinâmica

Concluída a análise dos comentários das comunidades selecionadas e estabelecidos os elementos argumentativos que compõem a dinâmica de um boato virtual no Orkut, propõe-se a esquematização de tais elementos em um modelo explicativo, de modo a deixar visível a organização dos itens elaborados:

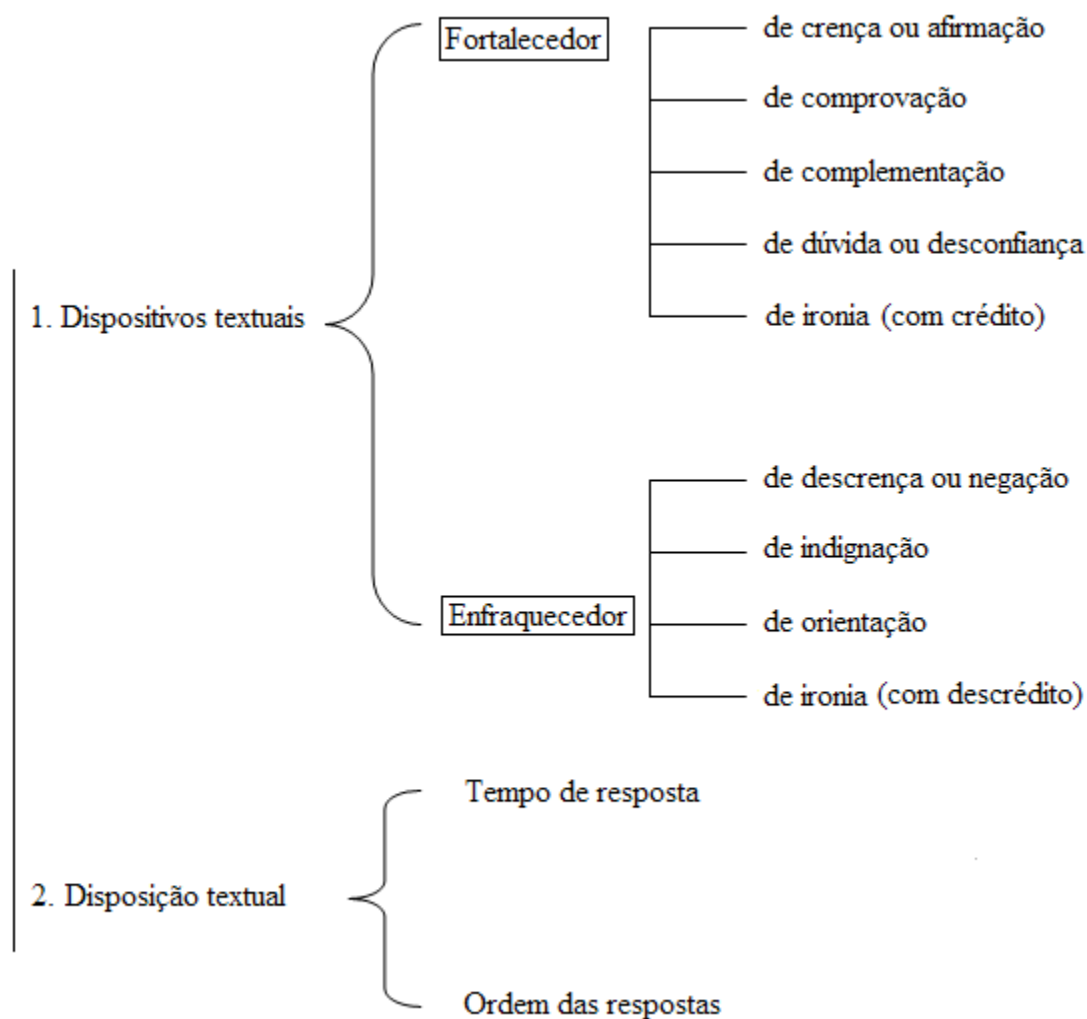


FIGURA 18. Elementos argumentativos constitutivos da dinâmica de um boato virtual no Orkut

Frisa-se que, a partir do estudo realizado, os elementos apresentados no esquema, utilizados como recursos para participar da discussão sobre um boato virtual, fortalecendo-o ou enfraquecendo-o, podem ser aplicados a qualquer ambiente de conversação virtual que obedeça à mesma estrutura ou ordenação do fórum do Orkut. Desse modo, os elementos que constituem a dinâmica de um boato virtual investigados no Orkut valem para outros espaços de troca de informações em grupo, como fóruns, listas de discussões, salas de bate-papo, janelas de comentários em blogs. Nesses ambientes, é possível visualizar os comentários anteriores, mas o participante pode escolher ignorá-los e usar seus argumentos apenas sobre um ou outro comentário, o que não ocorre numa conversa presencial, por exemplo, que apresenta uma ordem linear. E mesmo em espaços virtuais, quando não há esse formato de conversação, a dinâmica do boato é outra, assim como os recursos utilizados para sua continuidade. É o caso dos e-mails que são apenas passados adiante para inúmeros receptores ou de espaços de webjornalismo em que a interação com o autor do texto limita-se ao e-mail ao invés de comentários abertos.

Tendo esses aspectos levados em consideração, a seguir, faz-se um estudo sobre os resultados obtidos, de modo a demonstrar a relevância dos elementos analisados para o processo dos boatos virtuais e sua aplicação na dinâmica do fenômeno na Web.

3.4 Análise dos resultados

Pela definição de rumor apresentada no capítulo 1, vale lembrar que o boato virtual é um tipo de informação não confirmada que se propaga em rede, circula com a intenção de ser tomada como verdadeira e está amparada por um suporte tecnológico capaz de potencializar suas ações. Sendo informação, é parte de um processo de comunicação que, por sua vez, é um fenômeno por si social. Ainda assim, muitos modelos de transmissão pensam apenas na transmissão em si, como se a informação que está sendo passada adiante concentrasse toda a força do processo comunicacional no conteúdo da mensagem.

Entretanto, sabe-se que, na prática, nenhuma informação é passada adiante unidirecionalmente e sua disseminação, tanto quanto o comportamento de quem retransmite a mensagem, tem a influência de diversos fatores externos ao conteúdo em si. Tendo como base os estudos de Kapferer (1990), observou-se que no processo de repasse de rumores os receptores são selecionados e cada receptor é livre para repassar ou não aquela informação

recebida, o que vai definir a continuidade da trajetória de um boato virtual em um meio social em virtude dos interesses dos indivíduos que intervêm em sua propagação.

Focando o boato virtual, o que este trabalho mostrou foi justamente que o repasse da informação, no caso, falsa, é impulsionada na Web não apenas pelo suporte tecnológico oferecido, mas também por condições psicológicas, sociais e mesmo emocionais. Como resultado deste estudo específico, os elementos descritos na análise são apresentados como mecanismos utilizados por indivíduos ou apresentados a eles num espaço virtual de conversação para compor uma dinâmica e expressam, de fato, as condições em que se encontram os participantes desse espaço coletivo em relação ao boato virtual e a forma como este é compreendido por cada um. Sendo assim, o processo do rumor, tendo a Web como canal de propagação, não apenas não segue um modelo linear como deve ser visto de acordo com o ambiente em que é disseminado.

3.4.1 Processos conversacionais e os dispositivos na dinâmica

Como visto em Shibutani (1966) e DiFonzo e Bordia (2007), as pessoas dão sentido ao mundo a partir de processos de interações com outras. Assim, os rumores, como ações de grupo, procuram dar significado a fatos incertos, não explicados. Mas enquanto por e-mail o curso inicial de um boato virtual se limita a um repasse feito a uma coletividade que se encontra em ambientes diversos – num único ato, um-muitos –, mesmo considerando um retorno posterior de um ou outro indivíduo ao seu emissor e ainda um mesmo indivíduo recebendo de vários (Fig.8), num espaço de conversação virtual, comentários são escritos para uma coletividade que se encontra num mesmo ambiente e geram debates abertos desde o início, pois estão expostos para que o resto do grupo os acompanhe.

É importante lembrar que no processo de debate do boato virtual a mensagem original não tem que, necessariamente, estar presente. A discussão num grupo pode pressupor que todos os participantes já tiveram acesso ao que diz a mensagem, o que, na prática, permite que o boato virtual continue circulando. Quando deixa um comentário, o participante, teoricamente, está se comunicando com todos do grupo, como se o recado seguisse o padrão um-todos naquela comunidade. Mas é preciso levar em conta que nem todos os participantes lêem todos os relatos ali colocados. E um membro do grupo pode escolher ignorar o que outro escreveu (disposição textual) e participar da discussão sem levá-lo em consideração. Vale

lembrar também que nem sempre quem faz um comentário, deixando sua opinião ou argumento, volta para continuar o debate. Considera-se, portanto, que um participante pode atingir, com um único comentário, todos ou apenas alguns membros do grupo, podendo receber um retorno de outros participantes no mesmo espaço de discussão.

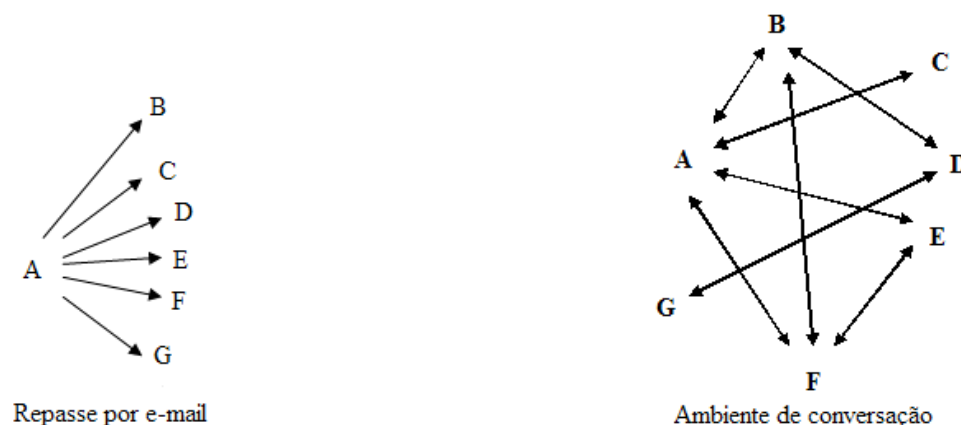


FIGURA 19. Fluxo do boato virtual em repasse por e-mail e em ambientes de conversação virtual

Desse modo, a conversação faz parte desse processo de se confirmar ou não uma informação para dar significado a ela. Retomando DiFonzo e Bordia (2007), em ambientes de discussão, os indivíduos se alternam na comunicação, cada um contribuindo com comentários adicionais a outros. E a discussão de rumores segue esse mesmo padrão, abrindo espaço para que cada participante do grupo manifeste crenças, receios e incertezas em relação ao conteúdo da mensagem que está sendo debatida. O que a análise feita demonstra é que existem dispositivos utilizados nessas contribuições, quando em ambientes virtuais - que permitem textos abertos para leitura -, que reforçam ou atenuam uma informação falsa que é passada a partir da propagação de um boato na Web, impulsionando-a a seguir um determinado caminho dentro de uma dinâmica.

Posto isso, é possível visualizar os processos conversacionais desses ambientes, que pressupõem dispositivos e estrutura textuais, inseridos no modelo apresentado no primeiro capítulo (Fig.20).

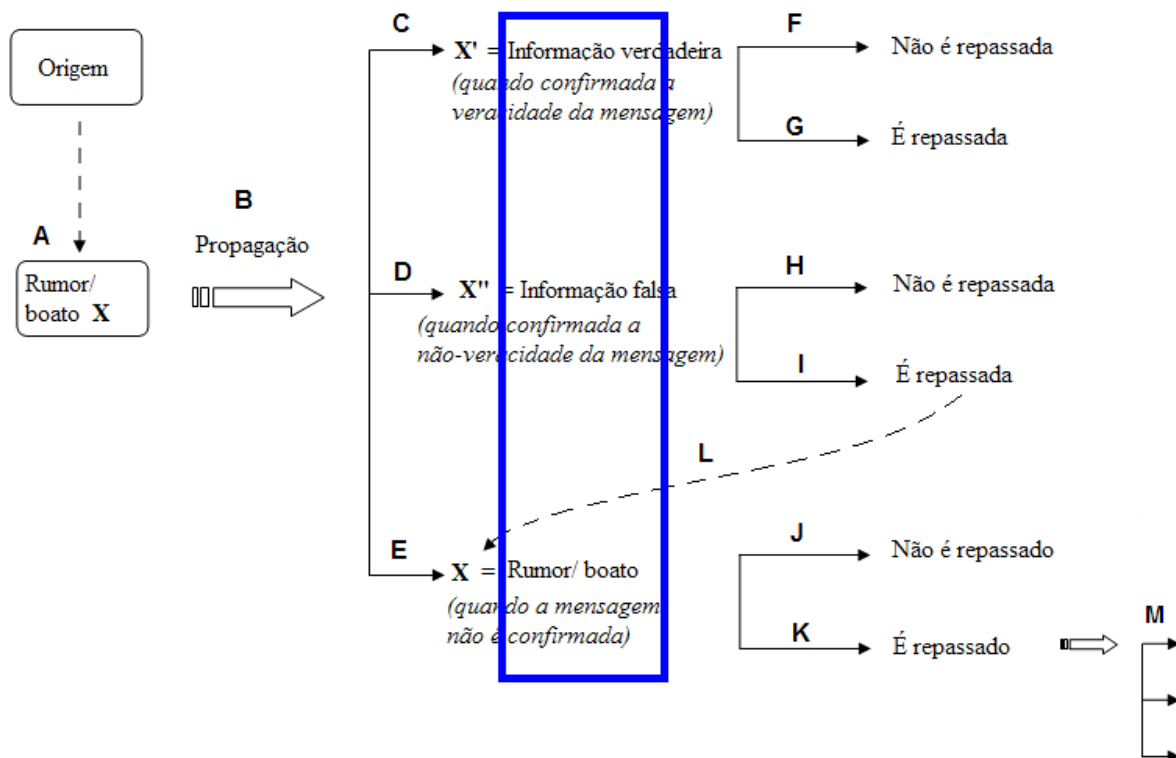


FIGURA 20. Processos conversacionais localizados no modelo dos caminhos tomados pelo rumor

Ressalta-se que, apesar de tais processos poderem ocorrer nas fases em que se busca confirmar a mensagem (em azul), indivíduos nas fases C, D e E não participam necessariamente desses processos antes de passar às fases seguintes, uma vez que existem os repasses sem qualquer confirmação. Por outro lado, participantes de uma comunidade virtual que estejam em processos conversacionais nas fases C, D e E não precisam, necessariamente, continuar a repassar o boato virtual.

É importante salientar que o processo de conversação em um ambiente virtual de produção coletiva e o de repasse por e-mail, por exemplo, são atitudes distintas que podem ser tomadas por um mesmo indivíduo, a seu livre arbítrio. Sendo assim, são ações que podem ocorrer paralelamente (Fig.21). Mais uma vez, frisa-se a existência de uma multiplicidade de receptores a cada fase, o que significa atitudes diferentes tomadas por indivíduos diferentes, formando caminhos distintos.

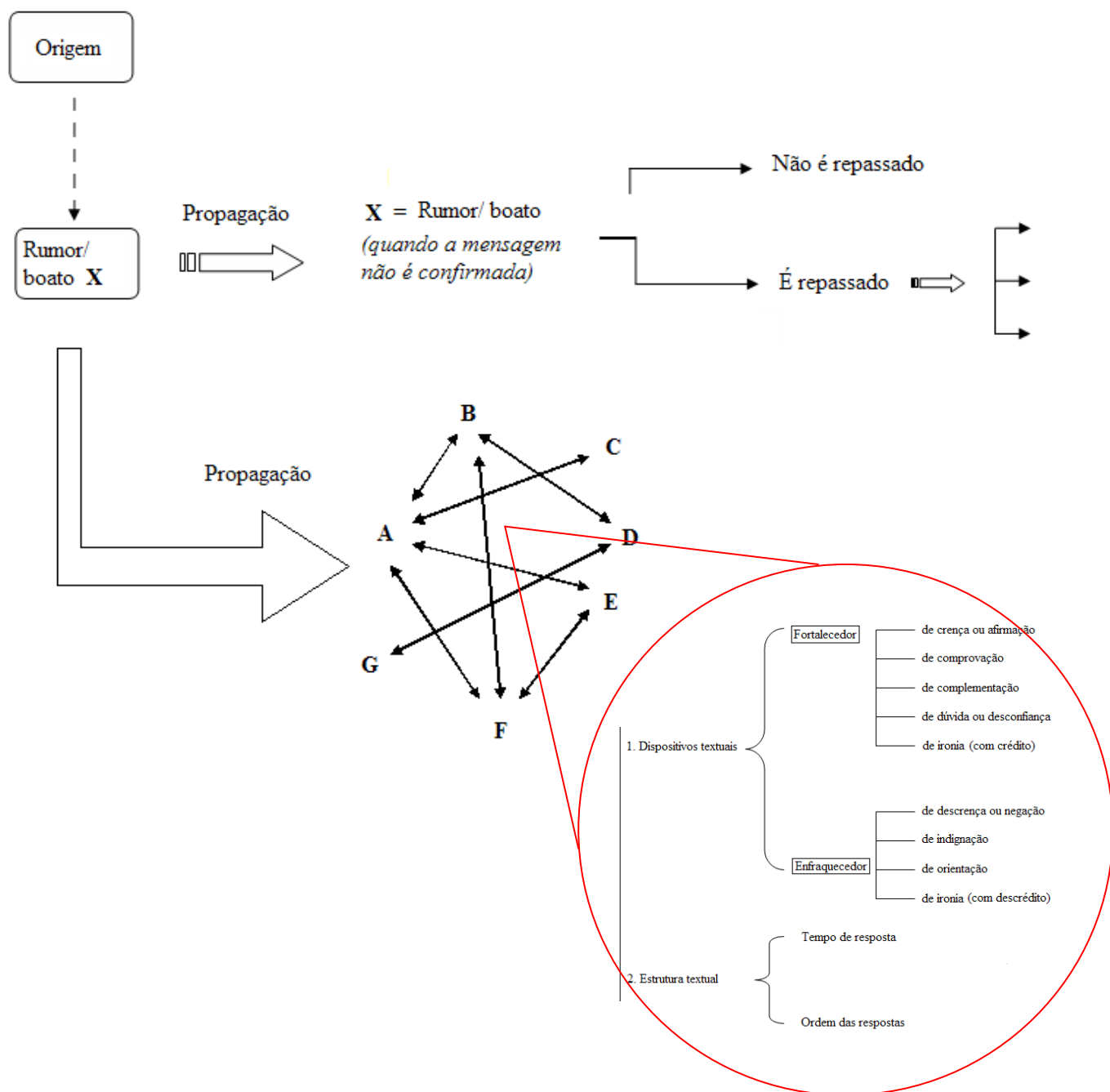


FIGURA 21. Processos conversacionais paralelos a repasse simples de boato virtual

Entretanto, como ficou claro a partir da análise feita, os dispositivos textuais e a disposição textual são elementos constitutivos da dinâmica de um boato virtual em ambientes de conversação que obedecem à mesma ordenação textual do Orkut, ou seja, espaços de troca de informações em grupo, como fóruns, listas de discussões, salas de bate-papo, janelas de comentários em blogs.

Sendo a dinâmica entendida como os movimentos de evolução do rumor por determinados caminhos, imagina-se que tais caminhos sejam direcionados a condições em

que pode se encaixar o boato virtual. É dentro desses muitos caminhos que se encontram os elementos investigados na análise de conteúdo. Tendo a Web como canal de propagação dos rumores e os espaços de conversação como ponto central, é preciso, portanto, compreender de que maneira os dispositivos resultantes da análise se encaixam no processo do boato virtual e qual sua relevância na dinâmica do fenômeno nos ambientes apresentados.

3.4.2 Resultados aplicados

Poder-se-ia concluir que os dispositivos textuais fortalecedores utilizados nos espaços de conversação tendem a expandir o caminho de uma falsa informação na rede, visto que permitem a continuidade do seu debate como se fosse uma informação verdadeira, enquanto que os dispositivos enfraquecedores podem levá-la a um estado de estagnação, uma vez que buscam esclarecer os outros participantes da discussão sobre a não veracidade do conteúdo disseminado. Ambos são mecanismos pelos quais os indivíduos manifestam receios, crenças e incertezas relacionados ao boato virtual que está sendo propagado.

Entretanto, já foi visto que os efeitos de um rumor acontecem mesmo que ele não seja acreditado (DiFonzo; Bordia, 2007) e que, não havendo um controle efetivo quanto ao tempo de exposição ou circulação de um determinado conteúdo, é pouco provável que se desfçam os danos causados por uma informação falsa, mesmo tendo sido desmentida. Também é importante lembrar que rumores não “morrem”, não desaparecem, simplesmente, mas podem permanecer adormecidos em alguns ambientes sociais ou serem adaptados para outras culturas. Mesmo que os estudos de Allport e Postman (1973) levem à definição do rumor como de caráter específico e limitado, admitindo sua condição de temporariamente interessante, o presente estudo defende, apoiado nos argumentos dos próprios autores, que mesmo um boato virtual antigo, considerado extinto, pode ressurgir com a mesma intensidade ou ainda fortalecido em diferentes ambientes da Internet.

Há de se considerar que a própria rede é hoje fonte importante tanto da difusão quanto do controle do rumor. E há de se considerar ainda que mesmo um comentário que tenha como objetivo enfraquecer um boato virtual pode até fortalecê-lo, dando continuidade à discussão. Isso pode ocorrer quando um dispositivo enfraquecedor, por mais claro e explicativo que seja, não chega a convencer aquele indivíduo que já foi persuadido pela idéia inicial e cujas condições emocionais ou sociais o levam a continuar acreditando numa informação

comprovadamente falsa. O mesmo pode ocorrer com um dispositivo fortalecedor que não chega a persuadir o indivíduo que não acredita no rumor.

Para melhor esclarecer a questão colocada, propõe-se, então, a existência de duas direções opostas para as quais pode tender a dinâmica do rumor: a *expansão* e a *estagnação*. Imagina-se que, estando o boato virtual num espaço de conversação, com as características apresentadas a partir da análise dos comentários, os dispositivos utilizados e a própria disposição textual podem fazer o rumor caminhar para uma direção ou outra. Como há outros fatores externos que podem ajudar a encaminhar o boato para uma das extremidades, considera-se a presença e influência destes na dinâmica, juntamente com os elementos investigados. Como numa escala, quanto mais fortalecido estiver o boato virtual, mais direcionado à expansão ele estará. Do contrário, quanto mais enfraquecido, mais próximo da estagnação.

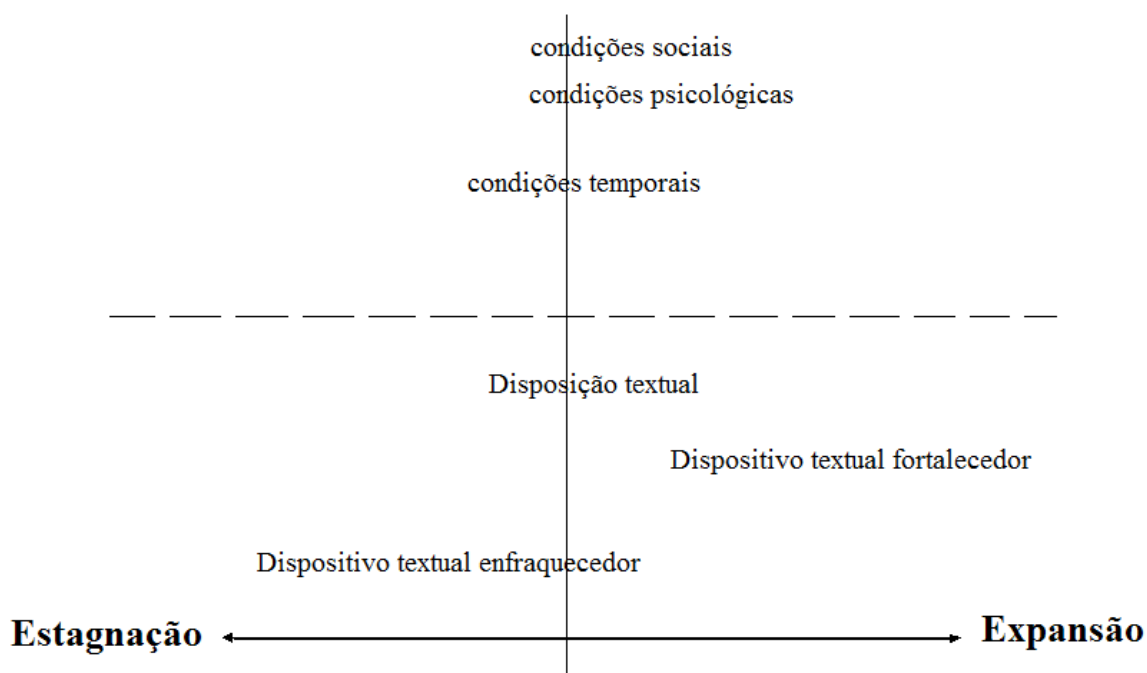


FIGURA 22. Tendências da dinâmica de um boato virtual a partir dos elementos encontrados

Mais uma vez, é preciso ter em mente que, mesmo tendendo à estagnação, o boato virtual não vai, necessariamente, deixar de fluir ou ser extinto. Propõe-se apenas a idéia de que há uma tendência para essa direção, podendo o rumor ser, de certa maneira, controlado ou permanecer em estado de dormência, até que volte a circular mais fortemente de alguma maneira, mesmo modificado ou adaptado a diferentes ambientes sociais. Por outro lado, a noção de expansão como outro extremo pode parecer redundante, uma vez que a análise da

dinâmica está ligada à própria propagação do boato virtual. Entretanto, o que se sugere é o aumento ou a diminuição da força do rumor numa dinâmica que varia dentro de uma escala, tendo os extremos como tendências, não como fins. Dentro de um espaço virtual de conversação, estes movimentos são influenciados pela disposição textual do ambiente e, principalmente, pelos dispositivos fortalecedores e enfraquecedores utilizados pelos participantes do grupo, como forma de se expressarem sobre o assunto, para dar continuidade à discussão.

Assim, conclui-se que, estando em ambientes de produção coletiva que permitam trocas de informações em forma de debates na Web, a dinâmica de um boato virtual pode alterar sua tendência, direcionando seu caminho a uma tentativa de controle ou a uma maior disseminação do rumor em questão, dependendo essencialmente dos mecanismos utilizados pelos indivíduos em sua composição. Tendo como base aspectos levantados na pesquisa, a relevância desse resultado está na compreensão de que, uma vez na Web, uma falsa informação em forma de boato virtual pode até tender à estagnação, mas estará sempre caminhando entre os dois extremos. De certo modo, rumores se renovam e ganham novas versões. E há sempre novos internautas na rede, prontos para interagir com outros.

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Partindo de questionamentos acerca da credibilidade das informações disponíveis em abundância na Internet, este estudo se propunha a investigar caminhos percorridos por falsas informações que se apresentam em forma de rumores na Web, com o objetivo de estabelecer elementos constitutivos da dinâmica de um boato virtual. Para tanto, foram analisados comentários dispostos em fóruns de discussão de comunidades do Orkut sobre um rumor envolvendo uma moto da Honda, o que possibilitou qualificar recursos utilizados por membros do grupo para reforçar ou desacreditar um boato virtual nesses espaços de conversação. Assim, este trabalho sustenta que a disposição textual, que é a ordenação dos comentários no fórum, e principalmente os dispositivos textuais, que são os mecanismos argumentativos pelos quais os participantes se manifestam sobre o assunto, contribuem para que um boato virtual seja fortalecido ou enfraquecido em ambientes da Web. A partir dessa idéia, ainda foi possível estabelecer tendências, opostas entre si, para as quais a dinâmica do rumor pode ser direcionada, fazendo com que o boato virtual flua entre a estagnação e a expansão.

Com esses resultados, o presente trabalho apresenta uma importante contribuição teórica conceitual organizada sobre uma avaliação empírica. Estudados em um ambiente atual como a Internet, a evolução e o funcionamento do rumor, já abordados por estudiosos de diversas áreas, mostraram-se de extrema relevância para o campo da Comunicação, uma vez que a pesquisa possibilitou uma compreensão do fenômeno, seu alcance e seus efeitos, desde antes da escrita até a dimensão alcançada com o suporte tecnológico. Não se teve a pretensão de apresentar o estudo como um trabalho fechado, mesmo porque não se propõem idéias incontestáveis ou soluções definitivas para problemas. Além disso, outros aspectos do rumor poderão ser analisados em estudos futuros. Entretanto, do modo como foi desenvolvida, a pesquisa já apresenta conceitos e propostas de modelos bem embasados e considera a existência de recursos para que se tenha uma visão de como um boato virtual pode tomar grandes proporções, oferecendo meios de se identificar mecanismos de controle de sua propagação. Com base nos elementos encontrados na análise e na idéia de que o rumor pode tender para uma condição ou outra, o trabalho permite que se reconheça um tipo de falsa informação em forma de boato virtual e, ainda, que se identifique alguns recursos utilizados numa conversação virtual e a direção que está sendo tomada.

É evidente que a proposta das condições extremas para as quais a dinâmica de um boato virtual poderia tender a ser direcionada, da estagnação e da expansão, veio a surgir durante o processo de análise dos resultados obtidos, ao se questionar os efeitos dos elementos investigados sobre o tema. Pode-se dizer que esse resultado influi justamente na percepção que se tem de que um rumor não morre, mas acaba sendo transformado, adaptado, ou fica em estado latente, controlado.

O que se pode afirmar, de fato, é que tanto a tendência do boato virtual de ser direcionado para uma ou outra condição quanto os elementos que fazem parte dessa dinâmica apresentada pelos rumores na Web, são resultado de ações e emoções humanas. Apesar de se discutir a questão tecnologicamente, são receios humanos que motivam os debates nos fóruns analisados. Posto isso, além da compreensão de que o suporte tecnológico apenas potencializa a propagação e o alcance dos boatos virtuais, o estudo permitiu o entendimento de que a circulação dos rumores em ambientes de produção coletiva em que há conversação na Web ganha força devido à estrutura que esses espaços proporcionam aos participantes. Abertos para troca de informações e discussões de grupo, o que possibilita também a aproximação de idéias e interesses em comum e formação de redes sociais, esses espaços permitem que os boatos virtuais sejam propagados de modo que se tornem assunto de debate. Os indivíduos que contribuem com esse debate o fazem munidos de suas próprias idéias e interpretações sobre o assunto, de seus próprios medos e dúvidas, de informações adicionais adquiridas individual ou coletivamente no mundo *online* e *offline*. E é dessa bagagem de conhecimento e experiência – ou da falta dela – que surgem os dispositivos investigados neste estudo.

Também a sociabilidade nesses espaços pressupõe um grau de confiabilidade entre os indivíduos “presentes”. Considerando o que diz Kapferer (1990), de que o cotidiano da vida social é baseado em regras como a confiança, o que se tem num processo como o do rumor é literalmente uma ação humana, que colocada num ambiente virtual de coletividade toma proporções maiores, ganha força e credibilidade. Apesar de poder partir de um único indivíduo e apesar de poder afetar um receptor apenas individualmente, rumores são resultado de processos de grupo, de ações coletivas, que dificilmente serão limitadas num ambiente de sociabilidade como a Internet. Sendo assim, o boato virtual como falsa informação continua seu curso pela Web, pois mesmo existindo meios de se prevenir contra os rumores ou mesmo de se controlar, em determinados espaços, sua propagação, não há como garantir um fim definitivo ao processo nem prever suas conseqüências.

Permanecendo as falsas informações espalhadas pela rede de diversas maneiras, disponíveis aos internautas, tanto novos quanto experientes, não é difícil imaginar a Internet como “a nova auto-estrada da desinformação”, como bem expôs Campion-Vincent e Renard (2002). Para evitar a disseminação desse tipo de conteúdo, seria necessário um modo de organização e controle no mundo virtual. E obviamente uma mediação na rede, ambiente em constante evolução, é impossível de ser imaginada nos dias de hoje. Sem entrar em assuntos como os chamados crimes virtuais (sobre os quais já nascem mecanismos de controle baseados em legislações do mundo *offline*), qualquer manifestação para se barrar a produção e o acesso de conteúdo na rede é considerada censura – prática adotada por governos em alguns países. Entretanto, como defende Lévy (2003, p.371), “os temores freqüentemente expressos de caos e desorientação lamentam o fim de um modo de intermediação ultrapassado e não levam em consideração a emergência de novas intermediações”. Para o autor, toda essa liberdade de expressão e de acesso à informação sugere, necessariamente, um aumento dos riscos: a transferência de responsabilidade para os indivíduos e os múltiplos atores sociais. “Mais do que reforço da censura, esta nova responsabilidade pede uma educação ética e crítica renovada” (LÉVY, 2003, 372).

Enfim, se não é possível o ser humano configurar um meio de controlar a propagação da falsa informação na Internet - pelo menos a curto e médio prazo - nas palavras do próprio Lévy (2003, p.372), “é preciso dizer, contudo, que a verdade resulta de um processo coletivo de busca e de produção que, quanto mais livre e múltipla é a palavra, mais eficaz é”. Na esfera virtual, o que se pode dizer é que fica a critério de cada internauta, munido de seus próprios anseios, argumentos, interpretações e experiências quando inserido em ambientes de coletividade, estabelecer seus limites de credulidade sobre toda e qualquer informação repassada, para só então se manifestar sobre o assunto.

REFERÊNCIAS

- ALLPORT, Gordon; POSTMAN, Leo. **Psicología del Rumor**. Buenos Aires: Psique, 1973. Originalmente publicado como *The Psychology of Rumor*. New York: Holt, 1947
- ARANHA, Maria Lúcia de Arruda; MARTINS, Maria Helena Pires. **Filosofando : Introdução à Filosofia**. São Paulo : Moderna, 1993
- BARABÁSI, Albert-László; BONABEAU, Eric. Redes sem Escala. In: **Scientific American Brasil**. Junho, 2003.
- BARDIN, Laurence. **A análise de Conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 1977
- BAUER, Martin W.; AARTS, Bas. A Construção do *Corpus*: um princípio para a coleta de dados qualitativos. In: BAUER, Martin W., GASKELL, George (eds). **Pesquisa Qualitativa com Texto, Imagem e Som**: um manual prático. Petrópolis: Vozes, 2005
- BRESSER-PEREIRA, Luiz Carlos. **A Verdade e seus Objetos**. In: Seminário Interno de Metodologia da EESP/FGV, 27 set. 2006. São Paulo
- BROWN, John Seely; DUGUID, Paul. **A vida social da informação**. São Paulo: Makron, 2001
- CAILLOIS, Roger. **Le mythe et l'homme**. Paris: Gallimard, 1972
- CAMPION-VINCENT, Véronique; RENARD, Jean-Bruno. **De source sûre**: Nouvelles rumeurs d'aujourd'hui. Paris: Payot, 2002
- CARVALHO NETO, Paulo de. **Concepto de Folklore**. Montevideo: Ed. Livraria Monteiro Lobato, 1955
- CASTELLS, Manuel. **A Sociedade em Rede**. São Paulo: Paz e Terra, 1999
- _____. Internet e Sociedade em Rede. In: MORAES, Dênis de (org.). **Por uma outra comunicação**: mídia, mundialização cultural e poder. Rio de Janeiro: Record, 2003
- CHARAUDEAU, Patrick. **Discurso das Mídias**. São Paulo: Contexto, 2006
- CITELLI, Adilson. **Linguagem e Persuasão**. São Paulo: Ática, 2002
- CORTAZAR RODRÍGUEZ, Francisco Javier. Rumores y leyendas urbanas en Internet. **Observatorio para la CiberSociedad**, 2004. Disponível em: <<http://www.cibersociedad.net/archivo/articulo.php?art=194>>. Acesso em 10/09/2007
- CUNHA, Antonio Geraldo da. **Dicionário etimológico Nova Fronteira da língua portuguesa**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1989
- DELARBRE, Raúl Trejo. **Viviendo en el Aleph**: La Sociedad de la Información y sus laberintos. Barcelona: Editorial Gedisa, 2006

DIFONZO, Nicholas; BORDIA, Prashant. Psychological Motivations in Rumor Spreads. In: FINE, Gary Alan; CAMPION-VINCENT, Véronique; HEATH, Chip (editors). **Rumor Mills – The Social Impact of Rumor and Legend**. New Brunswick: Transaction Publishers, 2005.

_____. **Rumor Psychology: social and organizational approaches**. Washington: American Psychological Association, 2007

DUNN, Henry B.; ALLEN, Charlotte A.. Rumors, Urban Legends and Internet hoaxes. **Annual Meeting of the Association of Collegiate Marketing Educators**, p. 85-91, 2005

DURANDIN, Guy. **La información, la desinformación y la realidad**. Barcelona: Ediciones Paidós, 1995

ENDERS, Jody. Dramatic Rumors and Truthful Appearances. In: FINE, Gary Alan; CAMPION-VINCENT, Véronique; HEATH, Chip (editors). **Rumor Mills – The Social Impact of Rumor and Legend**. New Brunswick: Transaction Publishers, 2005.

FERNANDES, Francisco. **Dicionário de sinônimos e antônimos da língua portuguesa**. Rio de Janeiro: Globo, 1989.

FERREIRA, Aurélio Buarque de Holanda. **Novo Dicionário da Língua Portuguesa**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1986.

FERREIRA, Maria Cristina Leandro. **Da ambigüidade ao equívoco: a resistência da língua nos limites da sintaxe e do discurso**. Porto Alegre: Ed.Universidade/ UFRGS, 2000

FINE, Gary Alan. Rumor Matters - An introductory essay. In: FINE, Gary Alan; CAMPION-VINCENT, Véronique; HEATH, Chip (editors). **Rumor Mills – The Social Impact of Rumor and Legend**. New Brunswick: Transaction Publishers, 2005.

FONSECA JÚNIOR, Wilson Corrêa da. Análise de Conteúdo. In: DUARTE, Jorge; BARROS, Antonio (org.). **Métodos e técnicas de pesquisa em Comunicação**. São Paulo: Atlas, 2005

FROISSART, Pascal. L'invention du "plus vieux média du monde". **MEI Médiation et information**, nº 12-13, 2000

_____. La "rumeur sur Internet": Petite histoire des sites de référence. Conferência Internacional Francofônica em Ciências da Informação e da Comunicação (CIFSIC). Universidade de Bucareste, 2003. Disponível em: <<http://pascalfroissart.online.fr>>. Acesso em 05/10/2006

_____. Rumeurs sur Internet. **Les cahiers de médiologie**, N° 13, p.205-208. Paris: Gallimard, 2002.

HESSEN, Johannes. **Teoria do Conhecimento**. Coimbra: Armênio Amado, 1987

HOUAISS, Antônio. **Dicionário Eletrônico Houaiss da Língua Portuguesa**. Versão 1.0.7. Rio de Janeiro: Objetiva, 2004

JOHNSON, Bobbie. Creator of web warns of fraudsters and cheats. **The Guardian**, 3 nov. 2006. Disponível em: <<http://technology.guardian.co.uk/news/story/0,,1938477,00.html>>. Acesso em 07/04/2007

KAPFERER, Jean-Nöel. Les rumeurs et Internet. **Le Journal du Net**, 26 fev. 2001. Entrevista concedida a Philippe Guerrier. Disponível em: <http://www.journaldunet.com/itws/it_kapferer.shtml>. Acesso em 20/12/2006

_____. **Rumors**: Uses, Interpretations and Images. New Brunswick: Transaction Publishers, 1990. Publicado originalmente como: Rumeurs: Le Plus Vieux Média du Monde. Paris: Editions du Seuil, 1987

LANDOW, George P. **Hypertext 2.0**: The convergence of contemporary critical theory and technology. Baltimore: John Hopkins University, 1997

LE MOS, André. **Cibercultura**: tecnologia e vida social na cultura contemporânea. Porto Alegre: Sulina, 2002

LÉVY, Pierre. O ciberespaço como um passo metaevolutivo. In: SILVA, Juremir Machado da; MARTINS, Francisco Menezes (orgs). **A Genealogia do Virtual**: comunicação, cultura e tecnologias do imaginário. Porto Alegre: Sulina, 2004

_____. **O que é o virtual?** São Paulo: Ed.34, 1996

_____. Pela ciberdemocracia. In: MORAES, Dênis de (org.). **Por uma outra comunicação**: mídia, mundialização cultural e poder. Rio de Janeiro: Record, 2003

MARCHIONINI, Gary. **Information seeking in electronic environments**. Cambridge: Cambridge University, 1995

MARCUSCHI, Luiz Antônio. Gêneros textuais emergentes no contexto da tecnologia digital. In: MARCUSCHI, Luiz Antônio; XAVIER, Antônio Carlos (Eds). **Hipertexto e Gêneros Digitais**. Rio de Janeiro: Lucerna, 2005

MATURANA R., Humberto. **Cognição, Ciência e Vida Cotidiana**. Belo Horizonte: Ed. UFMG, 2001

OLIVEIRA, Maria Marly de. **Como fazer pesquisa qualitativa**. Recife: Bagaço, 2005

PRIMO, Alex . O aspecto relacional das interações na Web 2.0. In: **XXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**, 2006, Brasília. *Anais*,... 2006.

PRIMO, Alex; RECUERO, Raquel. Hipertexto Cooperativo: Uma Análise da Escrita Coletiva a partir dos Blogs e da Wikipédia. **Revista da FAMECOS**, n.23, 2003. Disponível em: <http://www6.ufrgs.br/limc/PDFs/hipertexto_cooperativo.pdf>. Acesso em 03/03/2007

RECUERO, Raquel da Cunha. Dinâmicas de Redes Sociais no Orkut e Capital Social. **UNirevista** - Vol. 1, n° 3, jul. 2006

_____. Memes em Weblogs: Proposta de uma taxonomia. In: **XV Encontro da Compós**, 2006, Bauru, SP. *Anais*...2006b

RENARD, Jean Bruno. Você já sabe da última? **PUCRS INFORMAÇÃO**, Porto Alegre, N° 133, p. 24-25, Março/Abril 2007. Entrevista concedida a Mariana Vicili

_____. La communication par Internet : une nouvelle culture ? In: Carlo Mongardini (ed.), **La Civiltà della comunicazione globale**. Incontri Europei di Amalfi, 12, pp. 127-136. Rome: Bulzoni Editore, 2002

_____. Rumores e lendas urbanas. **PUC-RS**: palestra, 9 nov. 2006

_____. Rumors and Urban Legends. In: SMELSER, Neil J.; BATES, Paul B. (eds). **International Encyclopedia of the Social & Behavioral Sciences**, vol 20. Oxford: Elsevier Science Ltd, 2001

SANTAELLA, Lúcia. **Cultura das Mídias**. São Paulo: Razão Social, 1992

SHIBUTANI, Tamotsu. **Improvised News: A sociological study of rumor**. New York: Bobbs-Merrill Co., 1966

STUMPF, Ida Regina C. Pesquisa Bibliográfica. In: DUARTE, Jorge; BARROS, Antonio (org.). **Métodos e técnicas de pesquisa em Comunicação**. São Paulo: Atlas, 2005

THOMPSON, John B. **O Escândalo Político: Poder e visibilidade na era da mídia**. Petrópolis: Vozes, 2002

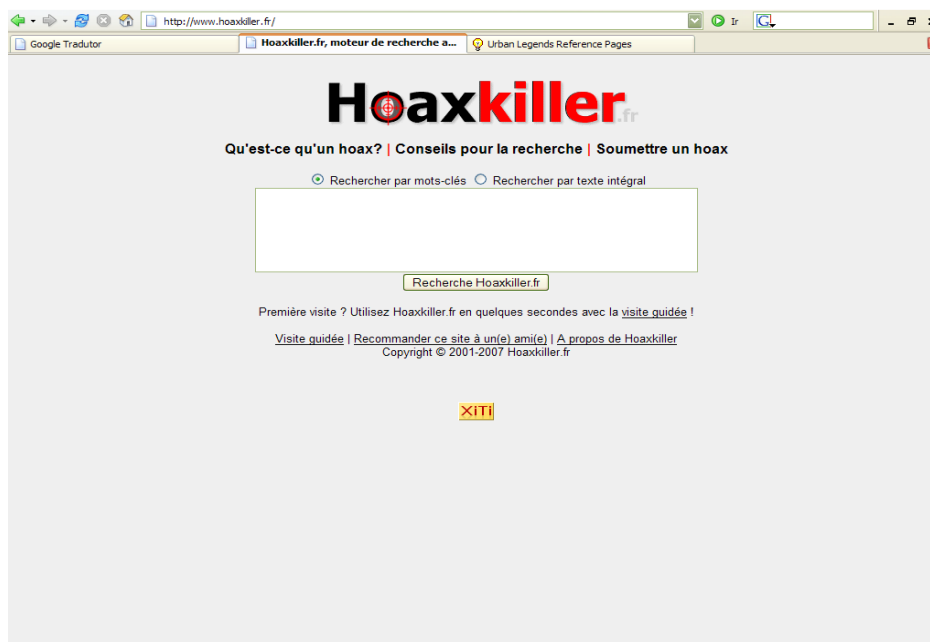
WOLTON, Dominique. **Internet, e depois?** Uma teoria crítica das novas mídias. Porto Alegre: Sulina, 2003

ANEXOS

ANEXO A - Sites que buscam e identificam boatos virtuais



<http://www.snopes.com>



<http://www.hoaxkiller.fr>

http://hoaxbusters.ciac.org/

HOAXBUSTERS

Hoax Info | Hoax Categories | Hoax Index | Search | CIAC Home

Welcome to the CIAC Hoax Pages

Last modified: 11/29/06
You are the 22654376th visitor to the CIAC Internet Hoax and Chain Letter pages since February 1995.

Interspersed among the junk mail and spam that fills our Internet e-mail boxes are dire warnings about devastating new viruses, Trojans that eat the heart out of your system, and malicious software that can steal the computer right off your desk. Added to that are messages about free money, children in trouble, and other items designed to grab you and get you to forward the message to everyone you know. Most all of these messages are hoaxes or chain letters. While hoaxes do not automatically infect systems like a virus or Trojan, they are still time consuming and costly to remove from all the systems where they exist. At CIAC, we find that we spend much more time de-bunking hoaxes than handling real virus and Trojan incidents. These pages describe some of the warnings, offers, and pleas for help that are filling our mailboxes, clogging our mailservers, and that generally do not have any basis in fact.

In addition to describing hoaxes and chain letters found on the Internet, we will discuss how to [recognize hoaxes](#), [what to do about them](#), and some of the [history of hoaxes](#) on the Internet.

Users are requested to please not spread chain letters and hoaxes by sending copies to everyone you know. Sending a copy of a cute message to one or two friends is not a problem but sending an unconfirmed warning or plea to everyone you know with the request that they also send it to everyone they know simply adds to the clutter already filling our mailboxes. If you receive any of this kind of mail, please don't pass it to everyone you know, either delete it or pass it to your computer security manager to validate. Validated warnings from the incident response teams and antivirus vendors have valid return addresses and are usually PGP signed with the organization's key. Alternately, you can and should get the warnings directly from the web pages of the organizations that put them out to insure that the information you have is valid and up to date.

http://www.hoaxbusters.ciac.org

http://www.quatrocentos.com/LENDAS/index_crono.htm

Lendas e folclore da Internet: as pulhas virtuais (hoax)

Inclusões recentes | Índice cronológico | Índice alfabético | Pulhas virtuais | Falsos vírus | Lendas urbanas | Vírus de e-mail | Identifica pulhas

As lendas, as verdades e as meias-verdades / meias-mentiras pela ordem de análise e inserção

[Chantagem, fraude e falsa negociação com sindicato. Tudo isso para instalar trojan downloader.](#)

[Notícia sobre menino preso em canil instala trojan banker](#)

[Mensagem pedindo assinaturas para punir criminosos mistura petição online com Iniciativa Popular](#)

[Falso programa para burlar acesso à Internet instala cavalo de tróia Downloader. Banload \(phishing scam\)](#)

[Falsa mensagem da TIM instala Infostealer. Bancos \(phishing scam\)](#)

[Senha do cartão do banco invertida chama polícia. Desinformação e pulha virtual.](#)

[Falso vídeo legal instala trojan Downloader Bancos](#)

[Infarto cerebral, derrame, acidente vascular cerebral - AVC: teste do sorriso identifica AVC?](#)

[BBB7 - O pau quebrou... tudo por sexo. Falso vídeo instala Trojan/Worm.](#)

[Mensagem pedindo assinaturas para petição on line instala Trojan-Bancos. O trucidamento do garoto João Hélio Fernandes.](#)

[Falso vídeo sobre violência no Rio de Janeiro instala Trojan Spy Banker. O trucidamento do garoto João Hélio Fernandes.](#)

[Turistas \(Paradise Lost\), o filme: sangrento e de mau gosto.](#)

[Karina Bacchi e Britney Spears são temas de phishing scam](#)

Mande sua lenda Fale conosco

Anúncios Google

Fórum CHMOD
Debata sobre hackers, segurança, vulnerabilidades, vírus, invasão ...
www.chmod.com.br

Válvula Redutora Pressão
com regulação automática sem molas Promoção: frete e impostos inclusos
www.rashyrotech.com

Segurança no Windows XP
Aprenda Como Tornar o WinXP Seguro. DVD com Entrega p/ todo Brasil!
www.Baboo.com.br

Trojan Horse Virus
Slow running PC? Antivirus scan fix and protects your PC. Free scan!
www.madpovirus.com

http://www.quatrocentos.com/LENDAS/INDEX.HTM

ANEXO B - Tópico *hello kitty do mal* da comunidade do Orkut *Hello Kitty*.

The screenshot shows a web browser window displaying an Orkut forum thread. The browser's address bar shows the URL: <http://www.orkut.com/CommMsgs.aspx?cmm=37369&tid=2520351936059860921&kw=dem%C3%B4nio>. The forum title is "hello kitty do mal" and it shows 11 messages. The thread is part of the "Hello Kitty" community, which has 465,180 members. The messages discuss the "Hello Kitty do mal" legend, including a story about a woman who made a pact with a demon to cure her daughter's cancer. The messages are dated from March 11 to 12.

hello kitty do mal
mostrando 1-10 de 12 primeira | < anterior | próxima > | última

hello kitty do mal
a hello kitty é ruim vcs conhecem a historia dela ?
pesquise. naum e boa
vc sabe pq ela n tem boca???
hum interessante neh
vc n vai + querer ser fã dela qd descobrir
n estou mentindo pesquise e descubra vc mesmo xau
e boa sorte ...

Nossa...acho que quem é mal aqui é vc! A verdadeira história da hello kitty é que uma mulher teve uma filha que nasceu com cancer e problemas na fala, precisando de dinheiro para pagar o tratamento da filha, resolveu fazer, se não me engano adesivos e bonequinhas de pano para vender e a renda ser revertida para o tratamento, criou uma gata, pois assim ela chamava a filhinha dela(kitty) e hoje a hello kitty é o sucesso que é!Essa história e boa e linda e não malvada!

Naum gente...eu ouvi q foi um cara da inglaterra q era gay q criou a hello kitty...sei naum...+ eu ja ouvi q hello kitty significa oi (em ingles) demonio(em japones) sei lahhh...eh escolha d cada um para acreditar ou naum nessas coisas.....

BESTEIRA.
DIZEM QUE QUEM CRIOU A HK QUERIA ESPALHAR O DEMO ENTRE AS CRIANÇAS, PARA SER IDOLATRADO, SÓ QUE ELE NÃO PODIA FALAR COM AS CRIANÇAS, AI DIZEM QUE É POR ISSO QUE A HK NÃO TEM BOCA E ESSAS BESTEIRAS...

aff, gent, q discussão mais besta viu?!?!? A história da Hello Kitty que eu conheço é mesmoa da mulher que criou pra filha... Sem contar, q não sei o que significa Kitty em japonês, mas dou aula de inglês e o nome dela apenas significa "OLÁ GATINHA"... Nada mais!!! Sem essa de **demônio**, ele não deve ser tão a toa assim né?!?!?! Tem dó!!!

A verdadeira história da hello kitty...
Hello Kitty
Havia uma menina de cerca de 14 anos q estava em fase terminal de cancer de boca. Os medicos jah haviam tirado todas as esperanças da familia em relação a cura da garotinha. A mãe da menina, desesperada, tomou uma decisão insana. Fez um pacto com o Demônio: consagrou a menina ao Demônio para q ele a curasse e como promessa, criaria uma marca q afetaria todo o mundo (no caso a Hello Kitty). Posteriormente o Demônio curou a

<http://www.orkut.com/CommMsgs.aspx?cmm=37369&tid=2520351936059860921&kw=dem%C3%B4nio>

ANEXO C - Íntegra do texto que circulou sobre a conspiração no caso do acidente com o avião da Gol.

“ESSA É UMA DENÚNCIA MUITO SÉRIA, DIGNA DE SER ANALISADA COM MUITA CAUTELA E EQUILÍBRIO, E É NECESSÁRIO QUE ACOMPANHEMOS OS FATOS.

PROF^a ANDRÉIA TELES.

NÃO VIM AQUI EXPOR NENHUM TESE CONSPIRADORA A RESPEITO DOS FATOS OCORRIDOS RECENTEMENTE, CUJA RELEVÂNCIA SE ESTENDE NA MORTE DE 154 PESSOAS E DO SOFRIMENTO DE SUAS FAMÍLIAS. NO ENTANTO, NÃO PODEMOS DEIXAR DE REPARAR EM ALGUNS DETALHES ESPECÍFICOS QUE DEVEM SER ANALISADOS PELAS AUTORIDADES COMPETENTES.

SABEMOS QUE NO SUPOSTO ACIDENTE, ENTRE AS VÍTIMAS, HAVIAM MULHERES, ALGUMAS CRIANÇAS ATÉ MESMO PASTOR DA ASSEMBLÉIA DE DEUS. NO ENTANTO, HAVIAM OUTROS PASSAGEIROS QUE ME DESPERTARAM A ATENÇÃO. UM CERTO GRUPO QUE ESTAVA NO AVIÃO, O FAMOSO GRUPO DA PESCARIA, ERAM INDIVÍDUOS BASTANTE CONHECIDOS DO MEIO MÉDICO-CIENTÍFICO, CONHECIDOS PELO TRABALHO NA ÁREA DE ENGENHARIA GENÉTICA, ATÉ MESMO DESENVOLVIMENTO DE ALTA TECNOLOGIA.

OUTROS MEMBROS QUE TAMBÉM ME CHAMARAM BASTANTE A ATENÇÃO FORAM OS MEMBROS DO MINISTÉRIO DA DEFESA, E OUTROS CIENTISTAS BRASILEIROS NA ÁREA DE ANTROPOLOGIA, BIOLOGIA E GENÉTICA. OUTRO PASSAGEIRO QUE CHAMOU BASTANTE A ATENÇÃO, FOI O NORTE AMERICANO SEM HISTÓRIA QUE TAMBÉM ESTAVA NO AVIÃO. E NINGUÉM SABE QUEM É, A NÃO SER O PRÓPRIO SEGURO SOCIAL NOS ESTADOS UNIDOS, QUE O IDENTIFICOU COMO UM SIMPLES TRANSEUNTE AMERICANO. SÓ NÃO CONSIGO IMAGINAR, O QUE UM MENDIGO AMERICANO FAZIA NESTE AVIÃO.

E DAÍ VEM A BOMBA. ALGUNS BOATOS, INFORMARAM SOBRE CERTAS PESQUISAS REALIZADAS NA REGIÃO, ASSUNTO DO GOVERNO, SEGREDO DE ESTADO. NÃO SE SABE EXATAMENTE DO QUE SE TRATAVA, APENAS QUE VÁRIOS CIENTISTAS BRASILEIROS ESTAVAM TRABALHANDO NO DESENVOLVIMENTO DE UM NOVO TIPO DE COMBUSTÍVEL BASEADO EM VÍRUS. ISSO MESMO , PRODUÇÃO DE ENERGIA BASEADA NA MANIPULAÇÃO GENÉTICA DE VÍRUS, O MIT – INSTITUTO TECNOLÓGICO DE MASSASUCHETS ESTAVAM DESENVOLVENDO ALGO PARECIDO

PARA CRIAR BATERIAS DE LAPTOPS MAIS POTENTES, REVESTIRAM OS VÍRUS COM MOLÉCULAS DE ÓXIDO DE COBALTO E PARTÍCULAS DE OURO E EM SEGUIDA OS ALINHARAM PARA FORMAR MINÚSCULOS FIOS QUE SERVEM COMO O ANODO NA BATERIA. A EQUIPE DE OITO PESSOAS DO MIT DESCREVEU O TRABALHO EM UMA DAS EDIÇÕES DE ABRIL DO JORNAL SCIENCE.

NO ENTANTO, O QUE SE SABE DO DESENVOLVIMENTO DA PESQUISA BRASILEIRA, NÃO LIMITAVA-SE A APENAS UMA SIMPLES BATERIA DE NOTEBOOK, MAS EM UMA FONTE DE ENERGIA LIMPA E AUTO SUFICIENTE, AUTO GERADORA, E A UM CUSTO BAIXÍSSIMO. A SOLUÇÃO DO SÉCULO ESTAVA DENTRO DO AVIÃO QUE CAIU EM FUNÇÃO DE UMA MANOBRA IRRESPONSÁVEL DE DOIS PILOTOS AMERICANOS INCONSEQÜENTES? PARECE ESCAPARAM DE MORRER DESTA FORMA? A SOMA DE COINCIDÊNCIAS NESTE CASO ULTRAPASSA A BARREIRA DA REALIDADE E DO BOM SENSO. FOI UMA GRANDE COINCIDÊNCIA QUE NO AVIÃO ESTIVESSE UM FAMOSO REPÓRTER AMERICANO PRA DIVULGAR A VERDADE COM O ACIDENTE.

TAMBÉM FOI COINCIDÊNCIA O FATO DE QUE O AVIÃO AMERICANO DESLIGOU O TRANSPONDER PARA QUE NÃO FOSSE POSSÍVEL A LOCALIZAÇÃO DA ALTITUDE DO AVIÃO.QUE NÃO FOI POSSÍVEL QUE OS CONTROLADORES DE VÔO NÃO CONSEGUISSEM COMUNICAR NEM COM UM AVIÃO NEM COM O OUTRO. PORQUE O BOING DA GOL NÃO RESPONDEU O CHAMADO DO RÁDIO?

QUEREM SABER MINHA OPINIÃO? PORQUE TODOS JÁ ESTAVAM MORTOS, DEVIDO A BOMBA DE GÁS QUE ESTAVA A BORDO COM O PASSAGEIRO AMERICANO DESCONHECIDO.

PORQUE A EXCEL AIR FEZ QUESTÃO DE FILMAR O LEGACY NO MOMENTO DA DECOLAGEM? IMAGINO QUE SEJA PARA COMPROVAR QUE ELE NÃO ESTAVA AVARIADO QUANDO SUBIU. MAS NÃO FOI O LEGACY QUE COLIDIU COM O VÔO 1907!!! SE FOSSE, ELE ESTARIA EM PEDAÇOS. ESTAMOS DIANTE DE UMA GRANDE ARMAÇÃO. APÓS ISSO O AVIÃO SIMPLEMENTE CAIU!!! O LEGACY NÃO ESTAVA LÁ POR ACASO, ERA SIMPLEMENTE O MAIOR "LARANJA" DA HISTÓRIA.

OBSERVEM A LISTA DOS PASSAGEIROS, VÃO VER OS NOMES DOS NOSSOS HERÓIS BRASILEIROS QUE FORAM ASSASSINADOS PELO GOVERNO AMERICANO OU PELA EMPRESA CAMBRIOS TECHNOLOGIES, NA CALIFÓRNIA, QUE COMERCIALIZA TECNOLOGIA BIOLÓGICA EM TODO PLANETA. NOSSOS MEMBROS DO MINISTÉRIO DA DEFESA, SABEM DO QUE ESTOU FALANDO. SEUS HOMENS ESTAVAM LÁ PRA PROTEGER ESTAS PESSOAS E SUAS PESQUISAS, OU TALVEZ MAIS UMA COINCIDÊNCIA?

SÓ O QUE ESPERO É QUE NOSSO GOVERNO ADMITA OS FATOS QUE OCORRERAM, E PUNA COM SEVERIDADE OS RESPONSÁVEIS PELO OCORRIDO.

FAÇA ESSE E-MAIL CIRCULAR... ATÉ QUE AS AUTORIDADES PERCEBAM QUE O POVO BRASILEIRO NÃO É IDIOTA!!!

RECEBI ESTE E-MAIL E ESTOU REPASSANDO, POIS ACREDITO NA HIPÓTESE LEVANTADA POR ESSA PROFESSORA. NÃO PODEMOS DESCARTAR ESSA HIPÓTESE!”

ANEXO D – Imagem anexada a texto sobre mapa falso do Brasil.

An Introduction to Geography

SOUTH AMERICA

in the northern section of South America, forming a land of more than 3,000 square miles.

3.5-5 – THE FORMER INT'L RESERVE OF AMAZON FOREST

Since the middle 80's the most important rain forest of the world was passed to the responsibility of the United States and the United Nations. It is named as FINRAF (Former International Reserve of Amazon Forest), and its foundation was due to the fact the Amazon is located in South America, one of the poorest regions on earth and surrounded by irresponsible, cruel and authority countries. It was part of eight different and strange countries, which are in the majority of cases, kingdoms of violence, drug trade, illiteracy and a unintelligent and primitive people.

The creation of FINRAF were supported by all nations of G-23 and was really a special mission of our country and a gift of all the world, since the possession of these valuable lands to such primitive countries and people should condemn the lungs of the world to disappearance and full destroying in few years.



map 3.5-5.1- We can see the location of the International Reserve. It look area of eight South America's countries: Brazil, Bolivia, Peru, Colombia, Venezuela, Guyana, Suriname and E Guyana. Some of the poorest and miserable countries of the world.



We can consider that this area has the most biodiversity in the planet, with a vast number of species of all types of animals and vegetals. The value of this area is unable to calculate, but the planet can be cert that The United States won't let these Latin American countries explore and destroy this real own reship of all humanity.

FINRAF is like an international park, with very severe rules of exploration.

76

ANEXO E – Requerimento feito por deputados solicitando explicações sobre informação que circulava na Internet

REQUERIMENTO DE INFORMAÇÕES Nº 2.301, DE 2000

(Da Comissão de Relações Exteriores e de Defesa Nacional)

Solicita informações ao Senhor Ministro das Relações Exteriores, Luiz Felipe Lampreia, a respeito de matéria veiculada através da Internet na qual o Brasil aparece em mapas dividido.

Senhor Presidente,

Reunida em 7-6-00, esta Comissão aprovou requerimento de autoria do Deputado Roberto Argenta pelo qual "solicita informações ao Senhor Ministro das Relações Exteriores no sentido de esclarecer esta Casa quanto à veracidade de notícias que têm sido divulgadas na Internet de que o Brasil estaria aparecendo dividido em mapas utilizados por Escolas Americanas, tendo a região Amazônica e o Pantanal como Área de Controle Internacional". E também há notícias de que certos professores americanos estão buscando o apoio dos seus alunos para uma possível intervenção na Amazônia para retirar a região dos "destruidores da natureza" (brasileiros). Portanto, nos termos do art. 50, § 2º, da Constituição Federal, bem como nos arts. 115, inciso I, e 116 do Regimento Interno, requeiro as providências de V. Exª no sentido de que o Exmo. Sr. Ministro das Relações Exteriores preste as informações solicitadas.

Sala da Comissão, 14 de junho de 2000.

Deputado Luiz Carlos Hauly, Presidente.

Voto

Estando de acordo com o art. 5º § 2º da Constituição Federal e com os arts. 115 e 116 do Regimento Interno da Casa, voto pelo encaminhamento.

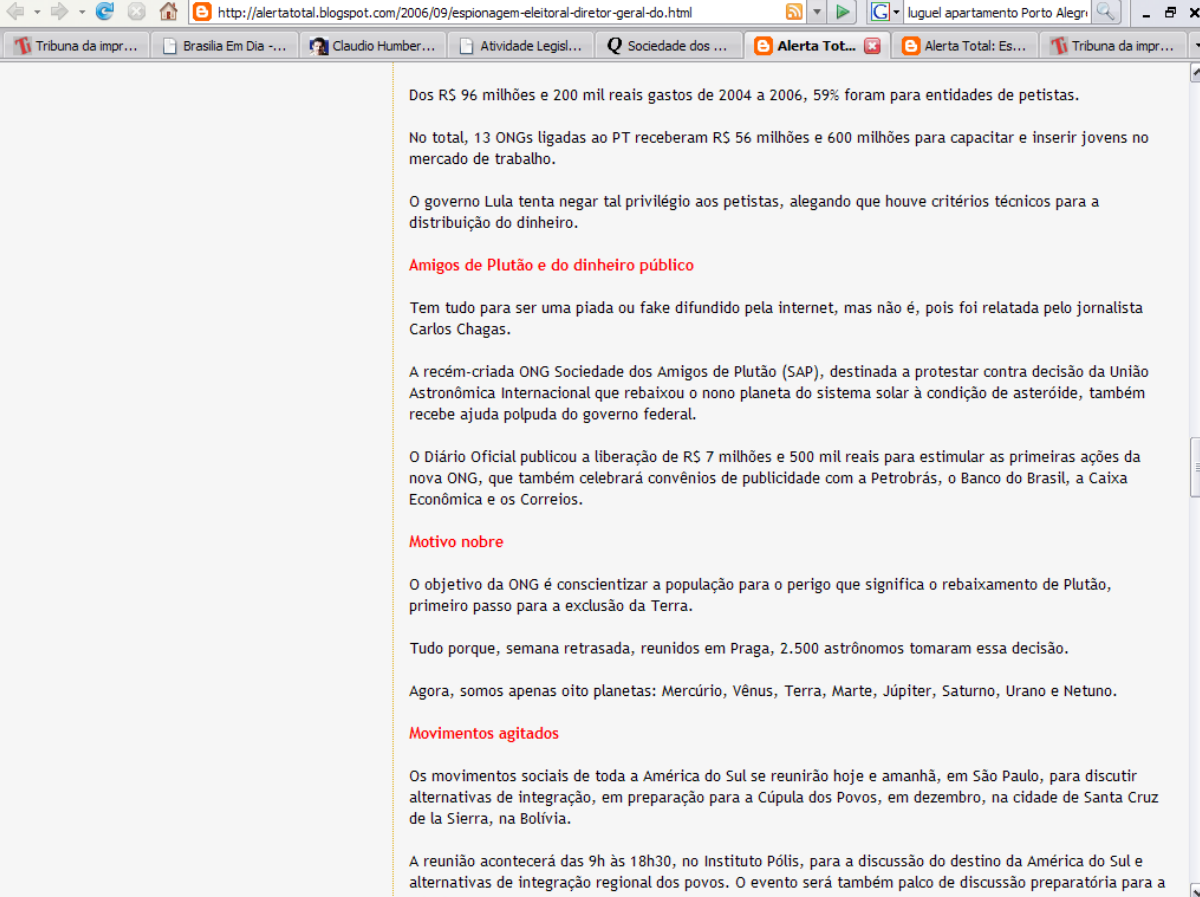
Sala de Reuniões, 26 de junho de 2000.

Dep. Heráclito Fortes, Primeiro Vice-Presidente, Relator.

Defiro, ad referendum da Mesa.

Em 26-6-00 - Dep. Heráclito Fortes, 1º Vice-Presidente, no exercício da Presidência.

ANEXO F - Trecho do site “Alerta Total” com a nota sobre a ONG Amigos de Plutão



Dos R\$ 96 milhões e 200 mil reais gastos de 2004 a 2006, 59% foram para entidades de petistas.

No total, 13 ONGs ligadas ao PT receberam R\$ 56 milhões e 600 milhões para capacitar e inserir jovens no mercado de trabalho.

O governo Lula tenta negar tal privilégio aos petistas, alegando que houve critérios técnicos para a distribuição do dinheiro.

Amigos de Plutão e do dinheiro público

Tem tudo para ser uma piada ou fake difundido pela internet, mas não é, pois foi relatada pelo jornalista Carlos Chagas.

A recém-criada ONG Sociedade dos Amigos de Plutão (SAP), destinada a protestar contra decisão da União Astronômica Internacional que rebaixou o nono planeta do sistema solar à condição de asteroide, também recebe ajuda polpuda do governo federal.

O Diário Oficial publicou a liberação de R\$ 7 milhões e 500 mil reais para estimular as primeiras ações da nova ONG, que também celebrará convênios de publicidade com a Petrobrás, o Banco do Brasil, a Caixa Econômica e os Correios.

Motivo nobre

O objetivo da ONG é conscientizar a população para o perigo que significa o rebaixamento de Plutão, primeiro passo para a exclusão da Terra.

Tudo porque, semana retrasada, reunidos em Praga, 2.500 astrônomos tomaram essa decisão.

Agora, somos apenas oito planetas: Mercúrio, Vênus, Terra, Marte, Júpiter, Saturno, Urano e Netuno.

Movimentos agitados

Os movimentos sociais de toda a América do Sul se reunirão hoje e amanhã, em São Paulo, para discutir alternativas de integração, em preparação para a Cúpula dos Povos, em dezembro, na cidade de Santa Cruz de la Sierra, na Bolívia.

A reunião acontecerá das 9h às 18h30, no Instituto Pólis, para a discussão do destino da América do Sul e alternativas de integração regional dos povos. O evento será também palco de discussão preparatória para a

<http://alertatotal.blogspot.com/2006/09/espionagem-eleitoral-diretor-geral-do.html>

ANEXO G - Site do Senado Federal com o pronunciamento do senador Heráclito Fortes (PFL/PI) citando a falsa ONG Sociedade Amigos de Plutão

Senado Federal
13 de dezembro de 2007
Atividade Legislativa

Pronunciamentos

Autoretor: Heráclito Fortes (PFL - Partido da Frente Liberal / PI)
Data: 21/09/2006 Casa Senado Federal Tipo Discurso

O SR. HERÁCLITO FORTES (PFL - PI. Pronuncia o seguinte discurso. Sem revisão do orador.) - Sr. Presidente, Sr^{es} e Srs. Senadores, em primeiro lugar, congratulo-me com a Senadora Ideli Salvatti, que se encontra aqui. Pela primeira vez, consigo ter um ponto em comum com a representante de Santa Catarina. A CPI que sugiro não pode, Senadora Ideli, nem deve ter objetivo eleitoral. Tanto isso é verdade que estou pedindo as assinaturas, mas quero que a sua instalação só se dê após a realização do pleito que se aproxima, porque penso que não podemos confundir o objetivo de apuração de desvios de recursos públicos com atividade eleitoral, até porque os governantes passam e as instituições ficam. E as instituições, para que se perpetuem, têm de ser sólidas e acima de qualquer suspeita.

As preocupações com a instalação dessa CPI podem ser vistas pelo Governo pelo ângulo que quiser. É um direito que lhe assiste. No entanto, o Governo não tem o poder de tentar determinar a intenção de quem faz oposição.

Está sendo citada e enfocada aqui uma ONG chamada Unitrabalho, com dez ou quinze anos de existência. Para que essa ONG não sofra com esse processo, pelas ligações estreitas de seus membros com esse esquema que enodoa a vida pública brasileira e contamina o Palácio do Planalto, é preciso que ela própria tenha uma oportunidade formal de separar os fatos. Essa ONG precisa de uma oportunidade para mostrar inclusive por que teve um tratamento diferenciado em dois governos: no Governo Fernando Henrique, que a base gosta sempre de citar como exemplo, recebeu R\$800 mil; no atual Governo, R\$18 milhões.

Chamo a atenção para isso, Sr. Presidente, e ressalto que a minha preocupação com as ONGs decorre das coincidências que as ligam a fatos graves que acontecem permanentemente no Brasil.

Tivemos, há três ou quatro meses, a invasão das dependências da Câmara por parte do MSLT, uma filial do MST, oportunidade em que se deprecou o patrimônio público e funcionários foram feridos - tendo o funcionário de um jornal, inclusive, ficado paraplégico por conta do episódio. Depois se viu que os gestores, os líderes, os cabeças do movimento são os mesmos gestores de duas ou três ONGs que recebem dinheiro do Governo Federal.

Ontem, ao iniciar esse processo de coleta de assinaturas, recebemos manifestações de todo o Brasil. Há brasileiros que querem saber, afinal, o que são as ONGs e o que fazem em sua terra, porque eles passam pelas ruas, vêem as placas e os belos carros nas portas dos prédios que as abrigam, mas não conhecem, na realidade, o trabalho que elas desenvolvem. Por isso, faz-se necessário criar uma CPI para fazer uma apuração tranquila e com transparência.

Ontem, um dos e-mails que recebi chamou minha atenção. Um ouvinte da TV Senado que acompanhou a sessão de ontem me chamou a atenção para uma nota publicada no site do jornalista Cláudio Humberto, que informa que R\$3,5 milhões foram liberados para uma ONG chamada Sociedade Amigos de Plutão e que essa ONG teria como objetivo a discussão da nomenclatura dos planetas.

Ora, Sr. Presidente, Sr^{es} e Srs. Senadores, em nosso País faltam recursos para a saúde, para a educação, para estradas e para muitas outras áreas. Vejo nas galerias, por exemplo, militares. Essa categoria reivindicou e discutiu, durante quatro anos, a melhoria de seus salários, mas o Governo não prestou atenção a isso. Não é possível que sobre recursos para serem distribuídos a ONGs que ninguém sabe a que se destinam.

<http://www.senado.gov.br/sf/atividade/pronunciamento/detTexto.asp?t=364472>

ANEXO H – Exemplos de tópicos das comunidades do Orkut selecionadas para análise

orkut Início Página de recados Amigos Comunidades danireule@gmail.com Sair pesquisa do orkut

Cruz dentro do farol - 150
Início > Comunidades > Eu amo minha moto!!! > Fórum: > Mensagens

mostrando 1-7 de 7 primeira | < anterior | próxima > | última

Manoel 09/06/06
Cruz dentro do farol - 150
Olá pessoal,
Desde a semana passada que eu escutei um comentário que dentro do farol das motos 150 tem uma **cruz** de cabeça para baixo.
A principio eu não acreditei.
Mas meu vizinho abriu a dele e tirou.
Depois disso fui ao centro da cidade onde eu moro e tinha mais 3 motoqueiros que tinham tirado.
Depois desses dias pra cá já foram encontradas essas cruzes dentro do farol.
Hoje eu resolvi abrir a minha, e para minha surpresa tinha uma bendita **cruz!**
Uauu quase morri.
Eles comentam que foi o dono da Honda que fez um pacto com o demônio, para ter sucessos nas vendas.
Se foi pra vender eu não sei.
Só sei que eu nunca tive condições de comprar uma, e agora comprei!
Heheheh 😊

Manoel 09/06/06
Quem já achou também?
Você já achou dentro da sua?

Manoel 09/06/06
Vejam os comentários...
<http://www.motonline.com.br/default.asp?cod=7121&categoria=2&show=1>

Eyder & 09/06/06
Eu tb encontrei!!!
Hoje pela manhã meu amigo veio até minha casa e me contou sobre essa história entrei no site onde ela estava registrada, após ler abri a farol da moto e estava lá dentro junto ao chicote da moto. Coisa demoniaca mesmo pois não tem nenhuma utilidade. P/ quem quiser conferir tá aí o link.
<http://www.saomiguelweb.com/noticiasDestaque.asp?id=133>

Eyder & 09/06/06
Ona!!!

<http://www.orkut.com/CommMsgs.aspx?cmm=1179008&tid=2469223936677623365&kw>

Jão 05/06/06
PRETA ATENCAO SINAO PAGA PRA VER...
AI galera isso nao eh brincadeira nao ...
a titan 150
ESTA VINDU COM UMA **CRUZ** DE PONTA CABECA...SI VC TEM UMA TITAN 150 DA UMA OLHADINHA...E SERIO EU NAO IA VIM AQUI PRA BRINCAR NAO...
A CRUZ ESTA ATRAS DO FAROL...E MUITO SERIO SI...
ja fui um motoqueiro...
DA UM OLHADA CARA E SERIAO...
FUI

Maurício 08/06/06
eh verdade
o pior eh q eh verdade memo!

JANNE 09/06/06
"Pelo sim, pelo não, preferi tirar a peça", afirma Luiz Paulo Gonçalves. "Mas você acredita na história do engenheiro, nessa coisa de pacto com o diabo?" "Melhor não arriscar. Tudo é possível", afirma o jovem católico, que admite ser supersticioso.
Segundo Eiel Martins da Silva, 29, proprietário da WE Moto Peças, durante a quinta-feira, 12 motocicletas foram levadas por seus proprietários para que fosse retirada a polêmica peça, chamada pela Honda de Clamp H25. Ontem, até as 17 horas, sete unidades haviam sido retiradas. O montador de oficina William Vicente Gonzaga, 23, tirou a peça da moto por curiosidade.
Difícil mesmo foi encontrar alguém que não retirou a Clamp H25 do farol de sua CG 150. Dorivaldo Souza Dias, 20, funcionário de uma fotocopiadora na Vila Canaã, resiste duramente ao clamor de seus colegas. "Formamos um grupo de 25 motociclistas. De todos, só eu não retirei a peça." No início da noite de ontem, padre Luiz Augusto, da Paróquia Sagrada Família, também na Vila Canaã, conseguiu reunir motociclistas para retirada da Clamp H25 e exorcizar os veículos.

JANNE 09/06/06
isto ai em cima foi a reportagem que saiu no jornal de minha cidade o jornal diario da manha...
e la tambem mostra a foto da **cruz**. ela fica de cabeça pra baixo e tem uma barra na ponta de baixo dela

NINO 12/06/06
eu acho que cada um que tiver uma titan 150 ntem que orar e pedir á DEUS que quebre qualquer maldição.
depois disso acho que não tem mais nada a falar

<http://www.orkut.com/CommMsgs.aspx?cmm=3353048&tid=2468580881300759663&kw>

The screenshot shows a forum post on Orkut. The page header includes the Orkut logo, navigation links (Início, Página de recados, Amigos, Comunidades), the user 'danireule@gmail.com', and a search bar. The forum title is 'A cruz de ponta cabeça na GC-150' with a sub-header 'Início > Comunidades > Eu ja cai de moto > Fórum: > Mensagens'. It indicates 'mostrando 1-2 de 2' posts. The first post is by 'Zé' dated 28/05/06, discussing a 'cruz' (cross) on a GC-150 motorcycle. The second post is by 'Anônimo' dated 28/05/06, mentioning a 'cruz' and a 'mentira' (lie). The left sidebar shows the community 'Eu ja cai de moto' with 8,581 members and various forum options. The footer contains Orkut links and a Google logo.

<http://www.orkut.com/CommMsgs.aspx?cmm=2316514&tid=2467021773799618651&kw>

The screenshot shows a forum post on Orkut. The page header is identical to the previous screenshot. The forum title is 'A maldição da cruz da 150' with a sub-header 'Início > Comunidades > Eu ja cai de moto > Fórum: > Mensagens'. It indicates 'mostrando 1-6 de 6' posts. The first post is by 'Anônimo' dated 24/06/06, asking about a 'maldição da cruz da 150'. The second post is by 'Edinei re' dated 24/06/06, asking for an email address. The third post is by 'Joilton' dated 24/06/06, discussing a 'palhaçada' (hoax) and 'malditos' (cursed). The fourth post is by 'Joilton' dated 24/06/06, mentioning 'opala' and 'chevette'. The fifth post is by 'Ant? Helder' dated 25/06/06, discussing a 'chicote' (whip) and 'farol' (headlight). The sixth post is by 'Fernando Kra Num Sei Naum' dated 25/06/06, mentioning a 'Qase Morreu Caiu Umas 2 Vezes Com Ela Sei Naum musajamasua'. The left sidebar shows the community 'Eu ja cai de moto' with 52,655 members. The footer contains Orkut links and a Google logo.

<http://www.orkut.com/CommMsgs.aspx?cmm=1109224&tid=2472056343072801791&kw>

The screenshot shows a forum post on Orkut. The thread title is "ATENÇÃO!! CRUZ INVERTIDA NA CG 150". The post is from an anonymous user and contains a warning about a "CRUZ INVERTIDA" (upside-down cross) on a CG 150 motorcycle. The text includes a URL to a forum post and a warning that the cross is on the headlight. Other users have responded, including Breno Fernandes, *CLAUDIO* SOU, Thiago Maranhão, and Gabriel V, who discuss the authenticity of the cross and the Yamaha logo.

<http://www.orkut.com/CommMsgs.aspx?cmm=24801115&tid=2531114802012315754&kw>

The screenshot shows a continuation of a forum thread on Orkut. The thread title is "CONTINUAÇÃO". The post is from a user named Romário and discusses the authenticity of a Yamaha logo on a tire. The text includes a warning that the logo is fake and that the tire is a City Demon. Other users have responded, including an anonymous user and walace--.

<http://www.orkut.com/CommMsgs.aspx?cmm=17622634&tid=2477637427579140297&na=3&nst=11&nid=17622634-2477637427579140297-2478609778122414681>

...era um botequim querendo... eu não deixei não ah se fizeram a moto com a **CRUZ** lá é pq ela serve pra alguma coisa e se o cara fez um pacto com o diabo isso não me abala kkkk mas sei lá as vezes pode ser q seja só conversa

Anônimo 27/05/06
A minha Titan me foi dada por DEUS, portanto é abençoada. Quanto a **CRUZ**...

29/05/06
eu tirei aquela coisa e botei fogo...c o cara fez um pacto com o coisa ruim então eles q c entendão...eu naum vo fica carregando aquilo na minha moto....credô!!

Anônimo 29/05/06
a cruz
Gente essa **CRUZ** eu num sei o q significa , mas q eu tirei ela num dia e bati a moto no outro , isso aconteceu, agora nem sei se é pra proteger ou não a **CRUZ**....

30/05/06
«*««*Philipe*
do satã(a cruz)rsrsrs
realmente é verdade...
pq naum esta ligado há nenhuma parte eletrica da moto...
e estar de cabeça pra baixo...
aparentemente

Anônimo 30/05/06
O PNEU TMB (SINISTRO)
LEVEM MAIS A SERIO ISSO GALERA.....
AXO QUE DEVEM SE PREOCUPAREM MAIS COM ESTE FATO QUE É REAL.....
PARADA DA **CRUZ** NÃO PARA POR AI.....
COMO VC ME EXPLICAM O FATO DA PIRELI TER DESENVOLVIDO UM PNEU EXCLUSIVO PARA CG TITAN 150 COM O NOME DE "City Demon", isto é, "Cidade Demônio" (tradução literal).SERÁ UMA SIMPLES CASUALIDADE?????
CONFIRMAM NAS SUAS MOTOS E CONFIRMAM COMO ESTÁ ESCRITO NO PNEU.....

Anônimo 31/05/06
POLEMICO:
REALMENTE ISSO É MUITO ESTRANHO, - 1º A CRUZINHA DO INIMIGO - 2º A MARCA DO PNEU PIRELLI - CITY DEMON (CIDADE DO DEMONIO) AGORA TEM UMA COISA! QUEM AMA 'DEUS' SOBRE TODAS AS COISAS E TEM 'JESUS CRISTO COMO ÚNICO SALVADOR' ESTÁ 100-PORCENTO PROTEGIDO, AMEM!

[SEP]Bruno 03/06/06
Galera, se vcs perceberem, no farol, perto da lampada, aonde estão escrito umas coisas, tem o desnhn desta **CRUZ**, bem proximo de onde esta escrito Brasil... olhem com bastante atenção...

<http://www.orkut.com/CommMsgs.aspx?cmm=5146157&tid=2465286881899018442&kw>

orkut Início Página de recados Amigos Comunidades danireule@gmail.com Sair pesquisa do orkut

TUDO SOBRE A CRUZ

Início > Comunidades > o mistério da honda cg 150 † > Fórum: > Mensagens

mostrando 1-10 de 32 primeira < anterior | próxima > | última

23/06/06
Renan Santos
TUDO SOBRE A CRUZ
EU TENHO UM PAPEL QUE TEM TUDO FALANDO SOBRE ESSE MISTÉRIO, UM AMIGO DA MINHA MAE ABRIU O FAROL E ACHOU DO MESMO JEITO QUE ESTÁ FOTO NO PAPEL DIZ O SEGUINTE: QUE O ENGENHEIRO TINHA MEDO DE NÃO FAZER SUSSESO COM A 150 QUE NEM A "AERO 150". UM CERTO DIA ELE SONHOU COM UMA SANTA DIZENDO QUE ELE PRECISAVA IR A UM CENTRO ESPÍRITA MESMO SEM ACREDITAS ELE FOI. ENTÃO FEZ UM PACTO COM O DI... ONDE CORTAVAM SEU DEDOS MINIMOS E ERAM OFERECIDOS COM SANGUE DE ANIMAL, E DEPOIS A MOTO COMEÇOU A FAZER SUSSESO ELE SONHAVA COM EXUS QUE DIZIAM PRA ELE O QUE FAZER, UMA VEZ ELE SONHOU COM ESSES EXUS E DISSERAM A ELE QUE DEVIAM SACRIFICAR SEU FILHO EM UM RITUAL MACABRO, ELE COM CERTEZA NAO ACEITOU VIU O QUE REALMENTE OS EXUS(DI...) QUERIAM AI A DESGRAÇA COMEÇOU EM SUA VIDA; SEU FILHO MORREU EM UM ASALUTO SE SEPAROU DA SUA MULHER E SEUS PAIS AFUDARAM EM UM BARCO NA PRAIA E HOJE ESTA EM UM HOSPITAL SEM OS MOVIMENTOS DA CINTURA PRA BAIXO E TODA VEZ QUE ALGUEM COMPRO UMA MOTO ELE MORRE CADA VEZ MAIS ELE RECOMENDA QUE TODAS AS CRUZES TEM QUE SER QUEBRADAS PARA QUE ELE POSSA TER CHANCES DE SOBREVIVER

Anônimo 05/07/06
se é tudo sobre a cruz, me diz então o ano de fabricação da cruz.
me diz qual os elementos químicos que produzem essa cruz.
qual é o material da cruz?
quem fez?

bem, você não disse tudo sobre a cruz.

20/08/06
Mc BeClnhA
um colega meu capoto com a cg 150 preta e depois ele fico sabendo da istoria da cruz e a moto dele tinha a cruz

Anônimo 30/08/06
Eu ã acredito
Que acidentes sejam causados pelo fato da †, se é pra vc caí, vai cai c/ qualquer moto, as vezes é falta de cuidado, eu ja cai uns dois tombos c/ a minha + foi por descuido mesmo...

Anônimo 04/09/06
eu abri o farol da cg de um amigo e realmente lah estava essa tal cruz...
mas naum tem função nenhuma alem de servir como suporte do chicote q vai do painel ate o farol... deixem de besteira... duvido nada q esse negocio de pacto com o diabo foi um evangelico invejoso sem ter o que fazer q inventou

<http://www.orkut.com/CommMsgs.aspx?cmm=14169229&tid=2471848569727978672&start=1>

This screenshot shows a forum thread on Orkut. The thread title is "eh verdade" and it was started by an anonymous user on 17/06/06. The posts are as follows:

- Anônimo** (17/06/06): "bom um dia né eu peguei e ouvi falar dessa historia nossa eu fiquei indignada com um absurdo desse , meu primi foi la e falou dessa historia pra ela ela até tirou sarra do meu primo ela nao acreditou , depois que ela ascutos a tia dela falando que tinha achado uma cruz na moto do neto dela ai ela acreditou e falou para o meu pai tirar que ele tem uma honda , ai um dia minha mãe foi na feira e cheigou de capacete e o moço falou se ela tinha uma honda ela disse que o marido dela tinha ai ele disse a primeira coisa que vc tem que olhar é no pneu la esta escrito CITY DEMON que significa (cidade do demonio) ai ela chegou em casa e foi olhar ve se tinha escrito isso foi la é tava escrito bem pequeno ela foi la e falou promau pai tira mas ele foi falando assim depois aminha vou levar no mecanico só que minha mãe resolver ela ir la sizinha abrir foi la é abriu e tinha nossa eu fiquei indignada ela fica enrolada numa fita isolante debaixo do dips de prata cabeça antes de ela tira chamou meu pai ai ele acreditou só que minha vizinha falou uma coisa olha o seu marido nao tava acreditando pq o diabo faz os donos da motos nao acreditarem e meu pai nao tava acreditando tava deixando tudo para amanha e eu concordei pq foi minha mae que tirou , no outro dia meu pai foi tira a moto para tira o carro ele viu escrito city demon gigante tava enorme , duro que tem razão o diabo fazem as pessoa não acreditarem pq os amigos da minha irma tudo falam eu quero mais que esse homen que ta no hospital morra ninguem mandou ele por deixou a cruzinha la e quando ele foi pra facu a moto dele travo e capoto quebro cravícula varias parte do corpo ta no hospital tbn , só que o cara que fez o pacto ele se arrepenheu de ter feito isso e DEUS deu uma chance para ele e por isso que aconteceu isso com o outro cara entao desde disso eu acredito pq eu tenho fé em deus ele que comanda o mundo"
- Leticia** (19/06/06): "vale a pena ler a minha historia" (with profile picture)
- Eduardo** (21/06/06): "eh verdade o conhado de uma amiga minha que trabalha comigo.... decidiu abrir a lanterna de sua honda.... e encontrou essa mesma cruz..... ou seja num saiu na tv nem em canto nenhum, e foi uma cruz igualzinha a essa ki ela descreveu..... intaum eh verdade que alguem botou a cruz na hora da fabricaçao da moto..... ager ki o diabo chego lah e botou... con certeza non.... pq eu iria acreditar no diabo... EU ACREDITO EM DEUS!!!! se fosse algo de bom eu diria foi Deus....se fosse de ruim eu diria o 'HOMEM'.... .."
- Anônimo** (27/07/06): "galera isto eh vdd msm viu meu irmão tiro a cruz da moto 150 titan do migo dele e ele falo que arrepia msm só d eolhar serio msm" (with profile picture)
- Eduardo** (09/10/07): "meu amigo dia 7/10/2007 levou um tombo e quase morreu.... quando ele dismantou o farol lah estava a cruz! por isso eu acredito nessa cruz maldita...." (with profile picture)

<http://www.orkut.com/CommMsgs.aspx?cmm=14783178&tid=2468527194210640098&start=1>

This screenshot shows a forum page on Orkut titled "URGTE!!!! Lenda da CRUZ da titan 150". The page is part of the "EU AMO MOTO" community. The forum post history is as follows:

- AL SD Mesquita** (01/06/06): "affe! so demente pra axar isso! toma tenencia! se come coco? soh faltava essa mes!"
- <MarCinhu>100%** (02/06/06): "Quem naum acreDitar vai ai no LInk abaIXo http://www.apj.inf.br/detalhe_noticias.php?codigo=11778 :: A peça 'Clamp H25', conhecida popularmente pelo nome de 'Gabarito' é associada à imagem de uma **CRUZ** invertida, devido à maneira como ela é instalada no farol da moto Honda CG Titan 150...."
- Patrick** (02/06/06): "esquece isso mano! se fosse pa fze alguma coisa assim a honda ia usa mensagem subliminar"
- <MarCinhu>100%** (02/06/06): "acontesce q!!!!!! ai mano deve ter doído na Cons. d kara pois ela ta c cancer (o eng. q fz o pact)"
- Carlos Rafael** (09/06/06): "e essa **CRUZ** ja ã seria uma menssagem???"
- Patrick** (23/06/06): "subliminar não!!! com certeza mais ai tem alguma utilidade essa peça?"
- Marcos** (23/06/06): "pra q q o cara iria faze isso?? TITAN ja é um sucesso de qualquer maneira... cancer pode acontecer com qualquer um.."
- Anônimo** (23/06/06): "Em nota oficial a Honda do Brasil classifica a associação da peça Clamp H 25 com o desrespeito ao símbolo religioso da **CRUZ** como descabida e afirma que o componente é um item específico, cuja função é proteger e posicionar adequadamente a fiação principal, localizada na parte interna do sistema de iluminação do farol, a fim de evitar rompimento dos fios ou mau contato."

<http://www.orkut.com/CommMsgs.aspx?cmm=710242&tid=2467751430766012410&kw>

SUPERMANUAL

GUIA DO SOBREVIVENTE

EDIÇÃO SÉRGIO GWERCMAN
DESIGN JOSI CAMPOS
ILUSTRAÇÕES SATTU

NÃO LEIA NO BANHEIRO! A LOIRA PODE ESTAR POR PERTO.

COMO CRIAR UMA LENDA URBANA EFICAZ

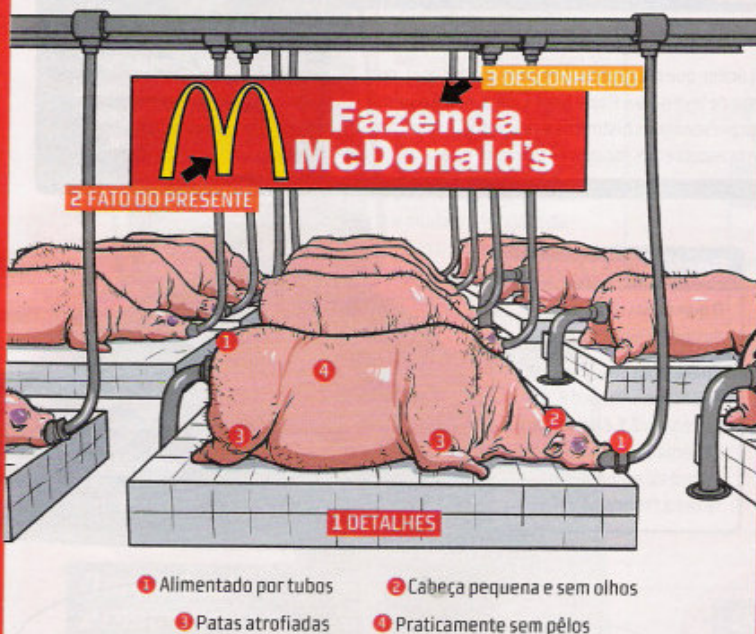
TEXTO NINA WEINGRILL

INGREDIENTES

Invente uma história factível. "Mas sem deixar de colocar o pé no absurdo", diz Heloisa Prieto, autora de *Rotas Fantásticas*, livro sobre lendas nacionais. Se não for impressionante, ninguém vai querer espalhar a lorota. Para chegar lá, persista nestas 3 máximas:

- 1 RECHEAR A HISTÓRIA DE DETALHES
- 2 BASEAR-SE EM FATOS DO PRESENTE
- 3 MEXER COM O OCULTO OU COM O DESCONHECIDO

Lenda: Depois da história com as minhocas, o McDonald's foi acusado de modificar geneticamente seus bois para fazer os animais renderem mais carne. O conto dizia que bovinos sem ossos eram alimentados por tubos. Ao atingir o tamanho ideal, iam para o matadouro e, de lá, direto para o seu Big Mac. Veja as dicas aplicadas:



TEMPERE A GOSTO

- Tenha certeza de que a lenda, por mais absurda que pareça, seja quase impossível de ser comprovada. "O gosto de muito bom pra ser verdade deve acompanhar um fato difícil de ser checado", afirma o especialista em lendas urbanas Jan Harold Brunvand.

Lenda: Se rodadas ao contrário, músicas de um dos discos da apresentadora Xuxa trazem mensagens ocultas e de apologia ao demônio. A música *Ilariê* oculta a palavra "sangue".



- Use a tecnologia a seu favor. A maioria das lendas atuais surgiu pela troca de e-mails. As vantagens são duas: o uso da imagem e a repetição. Nada melhor do que a internet para ela circular rapidinho.

Lenda: Mapas dos livros infantis americanos registram a região amazônica como território internacional (veja a ilustração no e-mail anexado).



- Seu herói não precisa fazer nada além de sobreviver. Passar pela experiência, qualquer que seja, é o suficiente para dar credibilidade a uma lenda. Afinal, se ele morreu, como pôde contar a história?

Lenda: Um cara vai para uma festa, apaga e acorda no dia seguinte dentro de uma banheira com gelo. Um de seus rins foi retirado. Mas ele passa bem.



REQUENTE

Você nunca ouviu uma lenda parecida com uma história que você mesmo contou tempos atrás? Contos sobre objetos domésticos que matam seus donos, por exemplo, são sucesso no mundo todo. Por isso, alguns aspectos da narrativa mudam, mas sem alterar a fórmula. Veja abaixo:

Versão inventada X Versão reciclada

O liquidificador ficou descontrolado e picotou a mão da dona de casa.

Ventilador de teto assassino se desprega e degola uma criança.

Em 1904, ouve um boato de que a vacinação obrigatória contra a varíola, era, na verdade, um plano para dizimar a população pobre do Rio de Janeiro. A lenda teve uma consequência: a Revolta da Vacina.

Noventa e cinco anos depois, o governo lança uma campanha de vacinação de idosos contra a gripe. Dessa vez, as vacinas seriam usadas para matar os velhinhos por causa do déficit da Previdência Social.

Uma gangue distribuía, nas portas das escolas, tatuagens adesivas impregnadas de LSD para viciar crianças.

Quase na mesma época, mas em bairros diferentes, um pipoqueiro sacana salgava a sua mercadoria com cocaína com o mesmo intuito.

danireule@gmail.com

