

Dona Benta, McLuhan e o chupa-cabras a força das lendas urbanas na Internet

Arquimedes Pessoni¹

O canadense Marshall McLuhan, que nos anos 1980 polemizou sobre a tecnologia como extensão do homem, jamais poderia imaginar que sua teoria, aplicada ao conceito de Folkcomunicação, formulado por Luiz Beltrão, em 1967, seria responsável por produzir tanto estrago nas caixas de correspondência dos milhões de internautas do mundo.

Também Beltrão, seguindo os passos do norte-americano Paul Lazarsfeld, quando sugeriu que no processo de comunicação coletiva, havia duas etapas significativas: a do comunicador ao líder de opinião e a deste ao receptor comum (MELO, 2001, p. 30) não conseguiria vislumbrar que “ruídos de comunicação”, semelhantes aos que acontecem nas brincadeiras infantis do “telefone sem fio”, contribuiriam tanto para que as histórias de fontes duvidosas ganhassem tamanha força em tão pouco tempo.

Partindo da definição de Folkcomunicação (BELTRÃO, 1967, p. 3) como o processo de “intercâmbio de mensagens através de agentes e meios ligados direta ou indiretamente ao folclore e, entre outras manifestações, algumas possuem caracteres e conteúdo jornalístico e constituindo-se em veículos adequados à promoção de mudança social”, podemos verificar que este mesmo intercâmbio de mensagens que era feito oralmente ou visualmente em locais restritos, com o advento da globalização, tendo a Internet como principal ferramenta, passa a ganhar proporções imensas, impossíveis de serem controladas. É um fenômeno que chega para levar aquilo que está inserido no microcosmo para o macrocosmo, em alta velocidade e sem caminho de volta, lembrado por MARQUES DE MELO (2001, p.82):

A globalização constitui fenômeno irreversível que marca o advento de um novo patamar na história da civilização. Depois das etapas simbolizadas pela enxada (agricultura) e pela chaminé (indústria), adentramos uma era em que o computador (informação) assume a hegemonia. Vivemos um processo de aceleração em que noções de tempo e espaço adquirem novos significados, ainda que não vislumbrados com nitidez.

O mesmo autor ressalta que a globalização permite vislumbrar o cenário de um mundo polifacético e multicultural, mas sugere que qualquer inserção pró-ativa no seu universo depende basicamente do capital simbólico acumulado nas mega, macro ou micro-regiões, potencialmente convertíveis em imagens e sons capazes de sensibilizar a aldeia global (MARQUES DE MELO, 2001, p.13).

Dona Benta vira internauta

Já que a modernização das formas de comunicação é algo irreversível e da qual não podemos fugir, os folkcomunicadores também passam a fazer uso desta tecnologia para divulgar seu trabalho e adaptar fatos ocorridos em épocas quando esta tecnologia não

¹ Mestre e Doutorando em Comunicação Social Universidade Metodista de São Paulo (UMESP)

existia. Por mais avançado que Monteiro Lobato pudesse ter sido – tendo como base os acontecimentos da Semana de 1922 – ele, com certeza, não perderia noites de sono e nem muitos fios de suas imensas sombrancelhas imaginando Dona Benta se comunicando com o neto Pedrinho via correio eletrônico, pois aquilo que o autor do Sítio do Pica-pau Amarelo jamais pensou pode ser visto nas telas da Globo por milhares de crianças do Brasil. Aliás, do planeta, uma vez que no final de cada episódio um personagem convida as crianças a acessar a página do programa na Internet, o que pode ser feito em qualquer lugar do planeta a qualquer momento. Coisa para deixar o Tio Barnabé com mais cabelos brancos ainda e pôr as bruxarias da Cuca no chinelo.

Os números comprovam que a velocidade da chamada “inclusão digital” vem aumentando a cada dia. Enquanto para alcançar 50 milhões de pessoas o rádio levou 38 anos e a televisão demorou 13 anos, a Internet, com bem menos tempo de existência, já chegou a XX milhões de usuários. Viva a Aldeia Global! É McLuhan saindo da teoria para a prática: a ferramenta é o prolongamento das mãos, a roda a continuidade dos pés, os óculos o da visão, o celular o dos ouvidos e o computador a extensão do sistema nervoso central (ESTEVEES, 2002).

Se de um lado a facilidade em divulgar os conteúdos produzidos pelos folkcomunicadores encontra mais rapidez com a Internet, também sua utilização inspira maiores cuidados, como sugere TRIGUEIRO (2001), quando afirma que

As distâncias na sociedade contemporânea estão cada vez próximas, quer seja pelos modernos meios de transporte ou pelas telecomunicações via satélite, Internet etc. Com as novas tecnologias, a velocidade da informação e o processo comunicacional tornam-se cada vez mais complexos e conseqüentemente de mais difícil compreensão.

E não só compreender este novo processo é algo preocupante. A colocação de uma linguagem originariamente regional, de fatos captados e produzidos dentro de um contexto específico, na rede mundial de computadores e disponíveis para culturas diferentes podem ter sua leitura deturpada e alterada pelos usuários. Este é um dos alertas feitos por BENJAMIN (2001, p.34): “por sua natureza, os meios de comunicação de massas enfrentam dificuldades em compatibilizar as suas mensagens a diferentes padrões culturais e interesses, idéias, preconceitos dos seus diferentes públicos”.

O autor acima citado mostra que, mesmo disponível a um maior número de leitores, os produtos folkcomunicacionais carecem de alguns ingredientes para serem compreendidos e consumidos corretamente. BENJAMIN faz uso da psicologia para demonstrar como funciona a percepção do conteúdo das mensagens:

Estudos de psicologia da comunicação demonstram que a percepção do conteúdo das mensagens está sujeita a critérios de: exposição seletiva, as pessoas só aceitam receber mensagens que não sejam contrárias às suas idéias, preconceitos e interesses; percepção seletiva, as pessoas, mesmo quando não conseguem fugir à exposição de mensagens indesejadas, que contrariam os seus interesses e pontos de vista, somente percebem o que lhes é favorável; retenção seletiva, as pessoas somente retêm aspectos dos fatos, idéias etc, que reforcem os seus próprios pontos de vista, esquecendo os que lhe são desfavoráveis. (BENJAMIN, 2001, p.34)

Lendas urbanas digitais

Para aplicar um recorte no amplo campo em que a Folkcomunicação deita seus estudos, procuramos identificar um produto específico, as Lendas Urbanas, dentro da Internet e verificar como se dá a divulgação destas histórias com o auxílio das ferramentas disponibilizadas pela Web. E foi justamente em um dos sites que buscamos o conceito de lendas urbanas: “histórias que fazem parte do desenvolvimento das cidades, do imaginário das pessoas. São aquelas histórias que passam de boca em boca, que você sabe que envolveu alguém, mas não tem certeza de quando, onde ou com quem aconteceram”².

De certo modo, assim como os outros tipos de lendas, aquelas que povoam o folclore brasileiro, as características das Lendas Urbanas são marcadas com a falta de exame de DNA: ninguém sabe como nem onde elas surgiram nem quem foram os personagens originais. O fato e os personagens que as originaram são ignorados, mas seus participantes sempre estão próximos de alguém que conhecemos (o vizinho do primo da namorada do cunhado daquele seu colega que há muito tempo você não vê, por exemplo). Como diz o ditado popular e também a tese do telefone sem fio (tratado por Berlo como “ruído”), “Quem conta um conto aumenta um ponto”: a cada dia a história original muda de cara, adapta-se ao perfil regional de seus leitores, mas mantém, pelo menos, uma linha de pensamento.

BELTRÃO (1980, *apud* TRIGUEIRO, 2001) dá uma indicação de qual seria o nascedouro destas histórias que passam a integrar o mundo das Lendas Urbanas, quando conceitua o surgimento da própria Folkcomunicação:

Das conversas de boca de noite, nas pequenas cidades interioranas, na farmácia ou na barbearia; da troca de impressão provocada pelas notícias trazidas pelo chofer de caminhão, pelo representante comercial ou pelo “bicheiro”, ou, ainda pelos versos do poeta distante, impressos no folheto que se compra na feira, pelos “martelos” do cantador ambulante; pelos inflamados artigos do jornalista matuto ou pelas severas admoestações dos missionários; do raciocínio do homem solitários no seu trabalho na floresta, na caatinga ou na coxilha – é que surgem, vão tomando forma, cristalizando-se as idéias motrizes, capazes de, em dado instante e sob certo estímulo levar aquela massa aparentemente dissociada e apática a uma ação uniforme e eficaz.

NASCIMENTO (*apud* BENJAMIN, 2001, p.78) também procura conceituar o perfil das Lendas Urbanas na sociedade contemporânea:

O texto, em suas várias dimensões, através de diferentes versões do mesmo tipo de conto, reproduz a sociedade, o contexto cultural em que foi reelaborado. As abordagens sincrônica e diacrônica possibilitam a identificação dos componentes culturais a um espelho das mudanças nos diversos contextos.

Na Internet, as Lendas Urbanas saem da oralidade (em alguns sites elas mantêm, ainda contando com o auxílio de imagens e fundo musical, para criar um “clima” mais

² <http://www.histeria.com.br/lendas.htm>. Acesso em 12/03/2002.

propício ao convencimento dos incrédulos³) e viram registros gráficos, o que as torna mais fácil de divulgar. Nada que um comando de reenvio de *e-mail*, aquilo que Bill Gates ensina com facilidade através da aplicação do Recortar e Colar, o *Ctrl C/ Ctrl V* do Word, e pronto: lá vai a Lenda Urbana adiante para ser reproduzida por outros tantos novos líderes de opinião.

A existência das Lendas Urbanas muito antes do advento da Internet e seu novo conceito de envio é lembrado por CAMARGO (2002), também nas páginas da *Web*:

Talvez as lendas urbanas, tanto citadas na infância de nossos avós, modernizaram-se. Antes, as pessoas ficavam em volta de uma fogueira a noite, comendo espetinhos de salsinha, contando todas as lendas que envolvem sangue e pânico na população. Hoje, basta sentar na frente do computador e executar o comando de recebimento de mensagens, que o mundo das lendas urbanas fica bem próximo.

Os líderes de opinião como fermento na massa

Se, apesar do aumento diário de usuários da Internet, esta ainda é uma ferramenta que – quantitativamente falando – não está à disposição de muitos, dado o alto índice de exclusão digital, a pergunta que fica no ar é: como as Lendas Urbanas saem das telas dos computadores e ganham as ruas e o imaginário popular? A resposta pode estar nas palavras do trio de estudiosos da comunicação popular: Roberto Benjamin, Paulo Freire e Osvaldo Trigueiro.

BENJAMIN (2001, p.34, *apud* MARQUES DE MELO) destaca a importância dos líderes de opinião para que as informações sejam propagadas junto à comunidade:

Os líderes de opinião exercem um papel fundamental na mediação das informações e opiniões emitidas pelos meios de comunicação de massas e os públicos receptores, reprocessando as mensagens e adequando-as aos padrões culturais dos públicos sobre os quais exercem uma influência pessoal, reforçando a rejeição ou facilitando a sua percepção integral e aceitação.

Na mesma direção, TRIGUEIRO (2001) salienta que “o sistema de folkcomunicação – folk-midiático – é a interatividade entre o líder de opinião da localidade (nativo) que se apropria, incorpora as mensagens midiáticas (global) e as devolve interativamente configuradas com as referências do mundo cognitivo do seu grupo sociocultural”. Uma vez que a Internet está prioritariamente nas mãos de formadores de opinião – a classe dominante – e é através dela que as Lendas Urbanas ganham o efeito *spam*, não fica difícil imaginar que a validação dos conteúdos destas histórias se dá naturalmente, até porque os receptores não têm por hábito questionar o conteúdo, afinal de contas, se a informação saiu do computador, deve ser verdadeira.

³ Inspirados no livro *Assombrações do Recife Velho*, de Gilberto Freyre, três fanáticos por histórias de fantasmas criaram um site na Internet com vasto material sobre as lendas urbanas da capital de Pernambuco na década de 50. O site www.orecifeassombrado.com.br apresenta contos assustadores e sem explicação relatados pelos leitores da página e habitantes do Recife, além de informar mais sobre os lugares onde supostamente aconteceram os casos e ainda conferir vídeos e imagens.

SABATINI (2002) também bebe desta fonte ao afirmar que “o impressionante é como as pessoas tendem a acreditar nos boatos falsos enviados pelo correio eletrônico. É o resultado da mística dos computadores: parece que tudo que sai deles é mais verdadeiro ou mais crível, em virtude da associação com a alta tecnologia digital”.

É justamente neste momento que Paulo Freire brilha, quando sugere que a chamada “educação bancária” se mostra presente na cabeça dos receptores. Mais ou menos o que o jornalista Gabriel Priolli, no texto "Conversa na caverna virtual", destaca: “quem não detêm a informação não influi, não opina, não conta”. Isto é lembrado por TRIGUEIRO (2001) da seguinte forma:

O conceito de comunicação de Paulo Freire contradiz os paradigmas tradicionais que estabelecem uma relação linear, simétrica e condutista entre emissão/recepção em que prevalece o poder do emissor sobre o receptor. O receptor é um depositário das idéias do emissor é um indivíduo atomizado que não tem capacidade de avaliar criticamente as mensagens midiáticas recebidas.(grifo nosso)

Do papel para tela: lendas e cascatas

Não é de hoje que os meios de comunicação dedicam espaço para as Lendas Urbanas. Mesmo antes de ganhar destaque nas páginas da Internet e nos diversos *e-mails* que ocupam nossas caixas de correspondência em forma de correntes, elas já apareciam na forma de “cascata”, exploradas por alguns periódicos. ANGRIMANI SOBRINHO (1995), já em sua tese de doutoramento, revelava a origem de duas das mais conhecidas Lendas Urbanas: a do bebê diabo e a loira do banheiro.

De 1971 a março de 1990, o editor do NP foi Ibrahim Ramadam. É nesse período que o NP registrou seus maiores hits, como a fantástica história do “bebê diabo”. Por 22 edições, de 11 de maio de 1975 a 1 de junho daquele mesmo ano, o NP deu em manchete uma história completamente inventada sobre um suposto nascimento de uma criança, com aparência de demônio, em São Bernardo do Campo, no Grande ABC. A história foi retro-alimentada pela população, que via o bebê diabo em telhados, na rua e até tomando táxis. As edições esgotavam nas bancas. Depois do bebê diabo foi a vez da loira fantasma, que espreitava motoristas e estudantes nos banheiros das escolas. A loira era uma morta-viva, que se aproximava de alguém, para pedir que o infeliz lhe tirasse o algodão das narinas.

Com a morte do NP, poucos são os veículos que fazem uso da cascata para aumentar suas vendas. É claro que alguns cometem escorregões, as chamadas “barrigas” no jornalismo e acabam reproduzindo notícias sem fundamento, conforme lembrou BUENO (1987), com a história do Boimate, publicada na revista *Veja*:

O ‘fruto da carne’, derivado da fusão da carne do boi e do tomate, batizado com o sugestivo nome de boimate, constituiu-se, sem dúvida, no mais sensacional ‘fato científico’ de 1.983, pelo menos para a revista *Veja*, em sua edição de 27 de abril. Na verdade, trata-se da maior ‘barriga’ (notícia inverídica) da divulgação científica brasileira. Tudo começou com uma brincadeira – já tradicional – da revista inglesa *New Science* que, a propósito do dia 1º de abril, dia da mentira, inventou e fez circular esta matéria. A fusão de células vegetais e animais entusiasmou o responsável pela editoria de ciência da *Veja* que não titubeou em destacar o fato. E fez mais: ilustrou-o com um diagrama (aqui incluído) e entrevistou um biólogo da UPS, para dar a devida repercussão da descoberta.

O ridículo foi maior porque a revista inglesa deu inúmeras pistas: os biólogos Barry McDonald e William Wimpey tinham esses nomes para lembrar as cadeias internacionais de alimentação McDonald's e Wimpy's. A Universidade de Hamburgo, palco do 'grande fato', foi citada para que pudesse ser cotejada com 'hamburger' e assim por diante. Mas nada adiantou. A descoberta do engano foi feita pelo jornal *O Estado de S. Paulo* que, após esperar inutilmente pelo desmentido, resolveu 'botar a boca no mundo' no dia 26 de junho.

Outro episódio que ganhou destaque na mídia, fruto de um boato eletrônico (conhecido como *hoax*) e que foi reforçado pela imagem ficou por conta do mapa da Amazônia que já não seria mais brasileira, mas sim território norte-americano. Segundo MARTINHO (2000),

A informação sobre a existência desses mapas (supostos mapas do Brasil que estariam sendo usados em escolas americanas – mapas que citariam a região Amazônica e o Pantanal como “área de controle internacional”) passou a circular no início de 2000, sob a forma de uma “corrente” apócrifa de e-mail. A origem da corrente parece estar em uma nota divulgada no site ultranacionalista <http://brasil.iwarp.com>, que contém um mapa com as mesmas características do suposto falso mapa americano. Em sua primeira “onda” de expansão, o boato chegou a ser divulgado na seção de cartas do jornal *Ciência Hoje Eletrônico* (CHE), da Sociedade Brasileira para o Progresso da Ciência (SBPC), ganhando ares de credibilidade.(...) Agora, o nome do Estado, assim como o da SBPC e de Michelle Zwede passa a ser invocado como “fonte de credibilidade” para a farsa.

Comentando sobre o descuido na checagem desta notícia, DIAS (2001) lembra que o estrago foi ainda maior do que o citado acima, informando que *UOL*, *O Estado de São Paulo* e até mesmo a ‘conceituada’ colunista social Hildegard Angel (d’ *O Globo*) deram a notícia como verdade absoluta, baseada simplesmente no fato de que a receberam via e-mail.

Sensacionalismo+imagem= nitroglicerina pura

Uma outra vantagem na utilização da Internet para divulgar as Lendas Urbanas é o fato de poder contar a história e ilustrá-la com imagens. No jornal isto também era possível, mas sua reprodução se tornava mais difícil e mais onerosa, enquanto pelos *e-mails* a difusão da notícia se apresenta mais rápida e com custo zero para remetente e destinatário. Usando uma linguagem carregada de símbolos apelativos e contando com a possibilidade de anexar imagens convincentes, cria-se o clima para que o boato eletrônico siga tranquilo seu caminho como um furacão, deixando atrás de si um estrago enorme para os envolvidos na história.

LIMA (*apud* SQUIRRA) destaca com muita propriedade a força que a imagem tem para convencer os menos céticos:

A leitura de uma fotografia nos provoca reações emocionais mais espontâneas e quase sempre mais intensas que a leitura de um texto. Na leitura de um texto, as reações psicológicas se desencadeiam imediatamente, já que o sentido das palavras e da frase passam antes pela imaginação para ser traduzido em imagens mentais. A leitura de uma fotografia desencadeia reações emotivas diretas, pois ela suprime essa forma intermediária.

Um exemplo de força da imagem como ferramenta de quase convencimento dos receptores foram as imagens incluídas na Lenda Urbana sobre o consumo de fetos humanos na China. O boato eletrônico – provavelmente surgido no exterior e traduzido para o português – alertava que fetos humanos estariam sendo comercializados e “degustados” em Taiwan, na China, e em outros países asiáticos. Para este caso, PERDONCINI (2001) observa:

O canibalismo já foi, anteriormente, tema de hoaxes (histórias falsas). Mas neste caso os autores resolveram ser mais drásticos: além da acusação de canibalismo imputada aos povos orientais, o e-mail vem com uma série de fotos em anexo, mostrando como o feto é preparado para ser servido.(...) Segundo David Emery, um especialista na detecção de hoaxes, as histórias de canibalismo sempre existiram. Na maioria das vezes nascem como forma de ataque a uma cultura, uma religião ou uma ideologia contrária. Por exemplo, os gregos acusavam os judeus de canibalismo, os romanos acusavam os cristãos, os fascistas acusavam os comunistas, e assim por diante.

O que parece exagero para muitos era perfeitamente plausível para BELTRÃO. Aliás, o Pai da Folkcomunicação via com certa ingenuidade os excessos cometidos pelos coleguinhas da imprensa, acreditando que os eventuais deslizes eram, na verdade, uma forma de valorizar a informação:

Não se limita ele (o folkjornalista) ao acontecimento em si, mas também àquelas versões, rumores, idéias que correm sobre ele. Exagera, carrega nas tintas, acrescenta ou reduz a ocorrência, buscando dessa forma melhor sensibilizar o seu público. Não se trata, porém, de um processo de deformação, mas de um meio de adequar a informação à mentalidade do receptor. (BELTRÃO, Luiz, 1967, p.171)

Esta adequação de linguagem lembrada por BELTRÃO é interpretada por ANGRIMANI SOBRINHO (1993) como sensacionalismo, usado com o intuito de mexer com o lado psicológico do leitor.

Sabemos que, hoje, todas as produções culturais se fazem para serem consumidas pelo imaginário e não pela razão.(...) O signo implica em um distanciamento do sujeito com o objeto, enquanto no clichê há uma incorporação de conteúdos reprimidos. O clichê é o representante simbólico que foi excluído e precisa de uma disposição cênica para o seu desencadeamento. Lorenzer fala em compulsão de repetição, ou conduta determinada por clichê. Existe a aderência a uma determinada cena. (...)Já o jornal sensacionalista é mais envolvente. As pessoas chegam a parar de comer, dependendo da cena que aparece. Podem até se sentir mal, chegando até a mudar de canal. O jornal sensacionalista provoca essa fusão do leitor, ouvinte ou espectador com aquilo que está sendo narrado. A linguagem é clichê. Esta é a chave para a compreensão da linguagem sensacionalista. A linguagem sensacionalista é aderente, viscosa, leva à fusão. O informativo comum trabalha com a linguagem sógnica, enquanto o sensacionalismo utiliza uma linguagem-clichê.

Seja para vender, seja para enganar, as Lendas Urbanas, agora também na Internet, continuarão povoando o imaginário de diversos internautas, levando adiante as histórias ocorridas e inventadas nos mais profundos rincões. Para os leitores, a solução é receber estes boatos com um pé (ou dois) atrás, questionando sempre a veracidade dos mesmos.

Para seus criadores, além do prazer em ver sua história ganhando corpo, passam a ter o sentimento de estar “fazendo a História”, deixando de ser mero coadjuvante para se tornar como ator principal. Como lembra ALVES (1984, p.6), “contar é o próprio acontecer”. Se estas Lendas Urbanas forem captadas de pessoas colocadas à margem da sociedade por não dominarem os códigos da escrita, desde que divulgadas sem a intenção de prejudicar, mas pelo simples prazer de registrar o fato, tanto melhor: a lenda fica para a eternidade. O próprio ALVES ressalta este fato: “(...) quando morre um homem numa cultura chamada oral, de memória oral, quando morre um homem de 80 anos, se perde uma biblioteca extraordinária”. (ALVES, 1984, p.15)

As Lendas Urbanas mais famosas na Internet

São muitos os sites que abrigam Lendas Urbanas dos mais diferentes tipos. Alguns internautas optaram por colocar nestas páginas aqueles textos que entopem as caixas de correspondência de todos simplesmente para dividir com as demais pessoas as histórias que poderiam ser acreditadas como verdadeiras mas, no fundo, era grandes boatos. Confira algumas das mais famosas:

A Loira do Banheiro

Esta lenda urbana é muito famosa entre os alunos de escolas da rede pública na cidade de São Paulo. Diz a lenda que uma garota muito bonita de cabelos loiros, com aproximadamente 15 anos, sempre planejava maneiras de matar aula. Uma delas era ficar no banheiro da escola esperando o tempo passar. Um dia um acidente terrível aconteceu. A loira escorregou no piso molhado do banheiro e bateu sua cabeça no chão. Ficou em coma e pouco tempo depois veio a falecer. No fim de tudo isso, a menina não se conformou com seu fim trágico e prematuro, sua alma não quis descansar em paz e passou a assombrar os banheiros das escolas. Muitos alunos juram ter visto a famosa loira do banheiro, pálida e com algodão no nariz para evitar que o sangue escorra.

ET de Varginha

No dia 20 de Janeiro de 1996, três garotas se depararam com um estranho e fedorento animal em um terreno baldio na cidade sul-mineira de Varginha. Elas disseram tratar-se de um ET. Ele foi capturado pelas autoridades e depois levado para um hospital. Alguns dizem que ele foi parar na Unicamp. O ET veio a falecer alguns dias depois. Há relatos de que um outro alienígena havia sido encontrado, só que morto. Os ETs invadiram Varginha. As autoridades negam tudo⁴.

Chupa-cabras

Essa história teve tanta repercussão quanto a do E.T. de Varginha. Um animal ou monstro estaria atacando as cabras da região para chupar sangue. Diversas cabras com perfurações na região do pescoço teriam sido encontradas mortas. Para colocar mais lenha na fogueira, um casal de fazendeiros de São Roque da Fartura (SP) disse ter visto um animal grande e peludo correndo nas imediações. Fiapos do seu pêlo teriam ficado presos na cerca da

⁴ (<http://www.histeria.com.br/lendas.htm>, acesso em 12/03/2002).

fazenda⁵. O bicho foi tema de um episódio do desenho “O Laboratório de Dexter”, exibido no *Cartoon Network*.

O homem do saco

Um homem perturbado andava numa charrete com um saco cheio de pedras. Tinha fama de raptar crianças e atirar pedras em quem o chamava de Canguru, seu apelido. Um outro homem, só que com o apelido de Fubá, também possuía a mesma fama⁶.

Vestida de Preto

Esta lenda urbana é muito conhecida entre os taxistas do Rio de Janeiro. Conta-se que, um certo dia, um taxista pegou uma passageira em Botafogo, por volta da meia-noite. A moça era muito bonita, toda vestida de preto e pediu para ser levada ao cemitério São João Batista. Durante todo o percurso, segundo o motorista, a mulher manteve-se muito séria, ao mesmo tempo que se mantinha serena com sua beleza e palidez, não demonstrando nenhum sentimento. No fim do trajeto, o taxista virou-se para avisar o preço da corrida, porém onde estava a moça? Havia sumido, repentinamente.

Baby-Sitter

Um casal sai para jantar e deixa a babá sozinha na casa tomando conta de seus dois filhos. É uma casa grande, de dois andares, afastada de qualquer outra moradia. A garota põe as crianças na cama e vai assistir a televisão. Já é tarde, ela está sozinha, não há nenhum barulho na casa além da TV, quando toca o telefone... Quem estaria ligando àquela hora? Seriam os pais das crianças para saber como tudo estava? Ela decide atender, mas do outro lado, após instantes de um silêncio aterrador, ela houve uma gargalhada histérica e a frase: “Estou aqui em cima com as crianças, seria melhor você subir”. A babá bate o telefone e aumenta o volume da televisão. Passado o susto inicial, ela se convence que aquilo não passara de um trote, algum amigo fazendo uma brincadeira de mau gosto. Volta a prestar atenção na TV e tenta esquecer o susto. O telefone toca novamente e tudo se repete, a inconfundível gargalhada, seguida da mesma frase. Dessa vez ela fica realmente assustada, se era uma brincadeira já tinha passado do limite. Decide então ligar para a companhia telefônica, o operador diz que informará a polícia e pede para que, caso ela receba nova ligação, tente se manter na linha por algum tempo, para que a ligação possa ser localizada. Ela fica esperando, já não consegue mais assistir a televisão, o silêncio da casa agora passa a incomodá-la... quem estaria fazendo aquilo? Se fosse um amigo já teria se identificado. E os pais das crianças, por que não chegavam logo e acabavam com aquele sofrimento? Nisso toca o telefone e tudo se repete, mas dessa vez ela tenta manter a ligação por mais tempo... em vão, parecia que ele sabia de algo e logo desligou. Já em desespero ela desliga o telefone, que toca logo em seguida... ela não quer atender, não agüenta mais aquela tortura... mesmo assim tira o fone do gancho, mas agora é o operador da companhia telefônica que grita "Saia da casa, ele está na extensão..." Nisso a babá ouve passos na escada... era ele... tinha que sair dali... não ia dar tempo, ele ia pegá-la... só restava correr, sair da casa o mais rápido possível... do lado de fora é contida por um homem, era um policial, que tenta acalmá-la. Os policiais invadem a casa, chegando lá, se deparam com um homem armado com uma grande faca. Ele entrara na casa por uma janela aberta no andar

⁵ (<http://www.histeria.com.br/lendas.htm>, acesso em 12/03/2002).

⁶ (<http://www.histeria.com.br/lendas.htm>, acesso em 12/03/2002).

superior, já havia matado as duas crianças e se preparava para atacar a babá quando esta saiu da casa.

Você está contente por não acender a luz?

Essa lenda tem duas versões: na primeira delas, uma estudante universitária foi para seu quarto, no dormitório, buscar livros e anotações para estudar. Como sua colega de quarto já estava deitada, decidiu pegar suas coisas e estudar em outro local. Para não incomodá-la, não acendeu as luzes. Mais tarde, quando retornou a seu quarto, encontrou sua colega morta na cama e um recado escrito com batom, que dizia: “você não está contente de não ter acendido a luz?”.

Na segunda versão, uma senhora está sozinha em seu apartamento. Seu cachorro se acomoda no tapete ao lado da cama, quando a dona vai dormir. No meio da noite, estranhos barulhos a acordam, ela fica assustada, mas estica o braço, procurando pelo cachorro, e tem sua mão lambida. De certa forma isto a tranqüiliza, ela volta a dormir. Na manhã seguinte encontra o cachorro pendurado no chuveiro e, onde ele deveria estar dormindo, um recado dizendo: “seres humanos também podem lambe bastante”.

Gato na garrafa

Um norte-americano estaria criando gatos dentro de vidros. Comendo e defecando através de tubos, os filhotes teriam seus membros atrofiados devido ao pouco espaço, conservando o tamanho pequeno⁷. Está tudo no site www.bonsaikitten.com.

Telefonema do além

Uma mãe cujo filho, um rapaz, morreu há pouco tempo num acidente recebe um telefonema estranho. A voz do outro lado da linha era idêntica a do filho morto. O autor do possível trote sabia coisas que só a mãe e o filho poderiam saber. Disse que estava bem onde estava. A mulher quase teve um enfarto⁸.

A entrevista no cemitério

Uma mulher se assusta ao ouvir uma entrevista com diversas pessoas no cemitério, no Dia de Finados. Sinistramente, uma dessas pessoas tinha a voz e o jeito da sua filha, falecida há vários anos. Para piorar, ela se identificou como sendo a própria. A mulher entrou em contato com o homem que havia feito a matéria de rádio para pedir as descrições da entrevistada. Não deu outra. As características eram idênticas a da garota morta⁹.

Mancha roxa no arroz

A cozinheira acaba de preparar uma panela de arroz. De repente, aparece uma mancha roxa nos grãos. Assustada, chama a patroa, que olha a panela, aperta os olhos, mas não demonstra surpresa. Ela comenta que não é a primeira vez que isso acontece. Disse que a mancha também aparece nas paredes. A dona-de-casa pede ajuda a uma médium, que confirma suas suspeitas. Há cerca de um ano, sua filha brincava com um pedaço de bexiga roxa, se engasgou e acabou morrendo asfíxiada. A menina estava tentando se comunicar¹⁰.

⁷ <http://www.histeria.com.br/lendas.htm>, acesso em 12/03/2002.

⁸ <http://www.histeria.com.br/lendas.htm>, acesso em 12/03/2002.

⁹ <http://www.histeria.com.br/lendas.htm>, acesso em 12/03/2002.

¹⁰ <http://www.histeria.com.br/lendas.htm>, acesso em 12/03/2002.

Dama de Branco

Para alguns, sinal de sorte, para outros o prenúncio da morte. A assombração passeia à noite pelas estradas vestida de branco e depois desaparece na sombra de uma curva do caminho. A lenda da Dama de Branco é conhecida pelos garimpeiros do Rio das Garças, no Mato Grosso¹¹.

Mulher de duas cores

Nas estradas entre Minas Gerais e São Paulo, uma assombração aparece durante o dia. Veste sempre roupas de duas cores, que podem ser branco e preto, azul e vermelho ou azul e amarelo. Não fala e não canta. Apenas cruza a estrada com passos leves, sem colocar o calcanhar no chão¹².

Assombração no carnaval

Um homem conheceu uma mulher no Palace Cassino durante o carnaval. No dia seguinte, foi levar flores no endereço dado por ela. Mostrando uma foto da tal garota, uma senhora que morava no número indicado contou que a mulher havia morrido há mais de 20 anos.

Arranca Língua

Monstro gigantesco, parecendo um macaco de 10 metros de altura, que atacava os rebanhos bovinos de Goiás. Tudo o que fazia era arrancar as línguas das vacas. (<http://www.histeria.com.br/lendas.htm>, acesso em 12/03/2002)

O maníaco da caçamba de lixo

Um louco escondido dentro de uma caçamba de lixo estaria atacando as pessoas durante a noite. Ele acerta um tijolo na cabeça da vítima, mata ou a violenta sexualmente. Já andaram dizendo que o maníaco às vezes seqüestra e pede um resgate. A história vai mais longe: o louco opera a vítima, coloca um bilhete plastificado dentro do corpo dela com alguma mensagem macabra e ainda a infecta com várias doenças antes de devolvê-la. A lenda está circulando pela Internet e lembra um pouco a do rim que, pelo menos, é mais sofisticada¹³.

O duende monstro

Um grupo de rapazes que fazia o Tiro de Guerra estava reunido no meio quando um deles começou a contar histórias de duendes e gnomos. Depois de rirem da cara dele por sua crença absurda, um duendezinho apareceu entre as árvores. De repente, o duende foi crescendo até adquirir proporções gigantescas. O grupo fugiu desesperado. Alguns acharam que tinham visto o demônio.

A loira da estrada

Muitos motoristas relatam a história de uma loira que pede carona na estrada. Ela é pálida e diz frases desconexas. De repente, a mulher grita como se algum acidente fosse acontecer e desaparece de dentro do veículo. Alguns relatam que a loira entra no carro mesmo que o

¹¹ <http://www.histeria.com.br/lendas.htm>, acesso em 12/03/2002.

¹² <http://www.histeria.com.br/lendas.htm>, acesso em 12/03/2002.

¹³ <http://www.histeria.com.br/lendas.htm>, acesso em 12/03/2002.

motorista recuse transportá-la. Dizem que ela é o fantasma de uma mulher acidentada. Essa lenda é conhecida no Brasil, Estados Unidos e Europa¹⁴.

Nostradamus

A suposta profecia de Nostradamus a respeito dos ataques ao World Trade Center. A "profecia" atribuída a Nostradamus, que teria sido escrita em 1654 (o médico francês morreu quase cem anos antes, em 1566), na verdade é um trecho do ensaio "Uma análise crítica de Nostradamus", escrito há menos de cinco anos, por um estudante canadense chamado Neil Marshall, da Brock University.

O mais curioso é que o trecho do ensaio usado para forjar a profecia fala justamente sobre como é possível criar interpretações aleatórias a partir de palavras-chaves. Primeiro, o universitário inventa os seguintes versos: "Na Cidade de Deus haverá um grande trovão, Dois irmãos são despedaçados por Caos, enquanto a fortaleza resiste, o grande líder irá sucumbir".

Então, faz uma análise: "O que significa a Cidade de Deus? Poderia ser Meca, Medina, Roma, Jerusalém, Salt Lake City, ou qualquer cidade santa, dependendo da sua religião. O que eu quero dizer com trovão – uma tormenta? Guerra? Terremoto? Uma porção de coisas podem ser descritas por trovão. Há um monte de dois irmãos neste mundo (eu acho que o número chega a bilhões) e a fortaleza resiste a quê – sítio, fome, etc? O que é o Grande Líder? Como irá sucumbir? A quê?"¹⁵

O Preço das Copas 1998/2002

Essa sem dúvida foi uma das mais controvertidas já divulgadas pela Internet. Tinha como título a singela frase: O Preço das Copas 1998/2002.

AIDS no Metrô¹⁶

Esse boato já apareceu também como se o caso fosse dentro dos cinemas. Veja aqui (casar com este desmentido:

A carne dos hamburques

A McDonald's e a KFC usam seres transgênicos no preparo de alimentos: que coisa asquerosa!! Tais seres são "coisas" sem pés nem cabeça...

¹⁴ <http://www.histeria.com.br/lendas.htm>, acesso em 12/03/2002.

¹⁵ Lendas Urbanas e a Internet, disponível no site: http://www.relatorioalfa.com.br/arquivos/20011004_news_hoax_internet/. Acesso em 12/03/2002.

¹⁶ Esta Lenda Urbana ganhou versão própria numa universidade brasileira e precisou que a reitoria da referida instituição divulgasse nota oficial desmentindo o fato. "FURB desmente boato na Internet – A Administração da FURB vem a público desmentir, veementemente, um boato que circulou por e-mail de que três pessoas portadoras do vírus HIV estariam contaminando alunos na Universidade. Trata-se de brincadeira de mau gosto de pessoas interessadas em tumultuar o encerramento do ano letivo. A Administração está apurando o caso para identificar e punir os responsáveis pela mensagem falsa, também conhecida no mundo digital como hoax ou lenda urbana, utilizada para causar pânico ou congestionar a rede com a replicação". - Coordenadoria de Comunicação Social (disponível no site: <http://www.furb.br/hp/news/noticias.php3?codigo=594>, acesso em 12/03/2002)

O vídeo da CNN¹⁷

O vídeo da CNN é outro assunto à parte. Logo depois dos atentados do dia 11 de setembro, um estudante da Unicamp enviou uma mensagem para uma lista de discussão afirmando que as imagens de palestinos comemorando os ataques terroristas, mostradas pela CNN, eram de 1991, portanto, forjadas. A mensagem se espalhou pela Internet mais rápido do que os vírus Nimda e Code Red juntos.

De nada adiantou os executivos da CNN e da Reuters – agência da qual o vídeo foi comprado – virem a público confirmar a veracidade das imagens. Também não adiantou a Unicamp desmentir a história ou o estudante pedir desculpas pelo equívoco. Apesar de se espalharem com a mesma velocidade que os mais maléficos vírus, depois de lançados os boatos dificilmente são debelados e perduram por muitos anos¹⁸.

Celular grátis!

Uma das últimas modas da Internet são as coisas grátis, sempre motivadas por outras coisas grátis, ou seja, se existe uma Internet gratuita, outras apareceriam, como realmente surgiram. A mensagem original é um apelo: disponível no site: <http://www.hook.com.br/Boatos.htm>, acesso em 12/03/2002.

Considerações finais

Como pudemos avaliar neste trabalho, o fato das Lendas Urbanas saírem dos veículos impressos e ganharem as páginas eletrônicas pode ser visto por dois lados. Para os comunicadores que acreditam ser uma forma de resgatar a memória popular e eternizar estas histórias (por mais absurdas e danosas que possam ser), trata-se notadamente de um ganho de qualidade: elas não morrerão jamais e, ainda por cima, poderão ser traduzidas e divulgadas e culturas diferentes. Ponto positivo.

¹⁷ Este boato eletrônico causou tamanho estrondo, que a Reitoria da Unicamp foi obrigada a publicar a seguinte explicação:

NOTA OFICIAL

A Reitoria da Unicamp informa que desconhece a existência de uma fita de vídeo datada de 1991, cujas imagens teriam sido veiculadas pela rede de televisão CNN como de palestinos comemorando os atentados terroristas nos Estados Unidos. Sendo a suposta fita de 91, surgiram logo suspeitas de que as imagens levadas ao ar eram falsas. Esta informação foi desmentida, logo que se comprovou inverídica, por Márcio A. V. Carvalho, aluno de mestrado de Lógica e Sociologia da Unicamp. Ele procurou a Reitoria hoje, 17.09.2001, para esclarecer que:

- a informação que recebeu, verbalmente, foi de que um professor de outra instituição de ensino (e não da Unicamp) psuuiria a fita;

-enviou a informação para uma lista de discussão sobre teoria social;

-várias pessoas da lista se interessaram pelo assunto, solicitando detalhes;

-procurou novamente a pessoa que lhe passou a informação, que desta vez negou conhecimento sobre a fita;

-imediatamente, enviou um desmentido para a lista e para todas as outras pessoas que o procuraram.

A mensagem original, contudo, foi redistribuída para várias partes do mundo, com graves distorções, inclusive em formato de artigo assinado pelo estudante. Ele alerta que seu domínio foi hackeado. E-mails têm sido enviados em seu nome e aqueles datados a partir de 15.09.2001 devem ser ignorados.

Entre as graves distorções está a informação de que um grupo de pesquisadores da Unicamp estaria avaliando a fita, o que é completamente improcedente. A Reitoria considera esse desmentido como definitivo, evitando novas manifestações como cuidado para fazer cessar a onda de boatos.

¹⁸ Lendas Urbanas e a Internet, disponível no site http://www.relatorioalfa.com.br/arquivos/20011004_news_hoax_internet/, acesso em 12/03/2002.

Para aqueles que acham ser uma forma de dar ouvidos e oferecer munição para os interessados em divulgar informações mentirosas, com o objetivo de criar pânico ou prejuízos aos receptores, sem dúvida a Internet representa um perigo.

De qualquer forma, seja o leitor um otimista ou um cético, vale sempre a dica de seguir o bom senso e a ética. No caso dos jornalistas, SÁ (2001) mostra no Código de Ética e na Lei de Imprensa o caminho das pedras:

Código de Ética dos Jornalistas: I – (Do Direito à informação) - Art. 3º - A informação divulgada pelos meios de comunicação pública deve se pautar pela real ocorrência dos fatos e ter por finalidade o interesse social e coletivo.

Lei de Imprensa (Lei nº 5.250, de 9 de fevereiro de 1967): “É proibido publicar ou divulgar notícias falsas ou fatos verdadeiros truncados ou deturpados, que provoquem perturbação de ordem pública ou alarma social”.

Para encerrar este trabalho, fica a sugestão contida em todos os e-mails que trazem uma Lenda Urbana: **SUGERIMOS QUE CADA PESSOA QUE RECEBA ESTE ARTIGO O DIVULGUE PARA O MAIOR NÚMERO POSSÍVEL DE PESSOAS E ENTIDADES.**

Por favor, passe esta informação para amigos e família. ...é importante que essa informação **SEJA PASSADA** para **TODOS**: vizinhos, parentes, amigos, listas na Internet ao qual você pertence, enfim, qualquer lugar onde ela possa ser vista. Re-enviem esta mensagem a todas as pessoas que puderem (sic). Passe essa informação para seus amigos.

Assim que acabar de ler esse aviso, envie esta mensagem para máximo de pessoas que for possível.