

Correntes via Internet: eficácia em elementos narrativos e contextuais

Mônica Pegurer Caprino¹

Valéria Amoris²

Resumo: Análise dos recursos comunicacionais utilizados em correntes digitais de solidariedade, transmitidas por correio eletrônico. Embora normalmente não sejam verdadeiras, essas mensagens conseguem eficácia em seu objetivo, que é a retransmissão por quase todos que as recebem. O trabalho observa os elementos narrativos e contextuais que garantem a circulação dessas verdadeiras lendas urbanas. Recorre-se a um estudo de caso, que leva em conta um e-mail sobre uma criança doente e sua repercussão no ciberespaço. Em um ano, um post sobre as falsas correntes na Internet gerou mais de 17 mil acessos, inclusive de internautas do exterior, que, em sua maioria, tinham recebido e repassado o e-mail sobre a criança doente, ainda que desconfiassem de sua veracidade.

Palavras-chave: e-mail corrente; lendas urbanas; correio eletrônico

Abstract: Analysis of the communicational resources used in forwardables e-mail of campaigns for sick children. Although typically not true, these messages can achieve effectiveness in its objective, which is the relay by nearly all who receive them. The research observes the contextual and narrative elements that ensure the circulation of urban legends. Reference to a case study on an email about a sick child and the impact generated by this story into cyberspace. Within a year, a post about the false current in the Internet has generated more than 17 000 accessions, including of Internet users from abroad, most of whom had received and forwarded the e-mail about the sick child, even if they suspected their genuineness.

Keywords: forwardable e-mail; chain letters; urban legends

¹ Professora (PPGCOM/USCS). Doutora em Comunicação Social (UMESP). Cv Lattes: <http://lattes.cnpq.br/0923782228810488>

² Mestranda (PPGCOM/USCS).

Os e-mails tornaram-se uma das formas populares de comunicação na Internet e também se transformaram em eficaz mecanismo para a propagação de boatos, fofocas e lendas urbanas (Kibby, 2005: 770). Aproximadamente 50% dos usuários da Internet enviam pelo menos um e-mail por semana a algum familiar ou amigo, segundo dados do Pew Internet and American Life Project (2002: 3, apud Kibby, 2005: 770). Entretanto, há o outro lado dessas estatísticas: 44% desses usuários se queixam que têm algum problema com o recebimento de e-mails indesejados. Além dos *spams* que pretendem vender algum produto, outro tipo de e-mail que incomoda os internautas é aquele dedicado a correntes, muitas das quais relacionadas a problemas de saúde em crianças.

Apesar de a maioria daqueles que recebem essas mensagens as identificarem como correntes indesejadas, a questão que se coloca ao observar o fenômeno sob o enfoque acadêmico é a causa de esses e-mails continuarem a circular e a ganhar credibilidade entre os internautas. Quais são os recursos comunicacionais utilizados que garantem o sucesso do repasse das mensagens, fazendo com que atinjam seus objetivos (algumas vezes eticamente questionáveis) com eficácia?

Marjorie Kibby (2005), da University of Newcastle, na Austrália, se debruçou sobre o assunto em estudo no qual analisou 73 mensagens de texto que recebeu entre 1999 e 2001, e outras relativas a 200 usuários de e-mails. A seu ver, algumas explicações poderiam ser encontradas na própria natureza da comunicação mediada por computador, que leva as pessoas a estarem mais relaxadas em relação às convenções do contato social e reenviarem, sem pudor, mensagens de correio eletrônico a amigos e conhecidos, sem se importarem se irão ou não molestá-los (Kibby, 2005: 772).

Passados dez anos em relação às amostras daquele estudo, o assunto ainda se mostra pertinente e nos fazemos os mesmos questionamentos para entender não só as novas formas de comunicação do século XXI – como o correio eletrônico – mas também as transformações por que passam antigas maneiras de se relacionar, como as cartas-corrente.

A proposta do artigo é analisar uma mensagem eletrônica sobre uma menina doente, supostamente chamada Raquel, e que solicita o reenvio da mensagem a todos os contatos existentes no catálogo de endereços eletrônicos de quem recebe, para que os provedores de Internet mencionados realizem doações específicas por mensagem retransmitida.

Ao receber essa mensagem, uma das autoras pesquisou seu conteúdo, verificou que não era verídico e relatou o fato em seu blog (<http://valeriaamoris.wordpress.com/2009/12/17/falsas-%e2%80%99ccorrentes->

do-bem%e2%80%9d-que-circulam-na-internet/). Em quase um ano, recebeu 17.957 postagens e 68 comentários, inclusive oriundos de outros países, de pessoas interessadas no caso da menina doente. A maioria havia recebido a mesma mensagem e retransmitido às pessoas que constavam em seus catálogos de endereços. O episódio não só mostrou a repercussão que as correntes digitais podem ter como chamou a atenção para a importância desse fenômeno comunicacional. Para analisá-lo, voltamos inicialmente a atenção para as características das lendas urbanas e correntes (que, aliás, se iniciaram muito antes do fenômeno da Internet) e os elementos que as constituem, para observar de que forma aparecerão no caso estudado.

Lendas e boatos urbanos

Os primeiros estudos sobre lendas urbanas teriam começado nos Estados Unidos, em 1942 (Dion, 2008: 5). O livro “The Vanishing Hitchhiker”, de Richard Beardsley e Rosalie Hankey, relata a história de uma jovem que pega carona em um carro, lança uma advertência de perigo e depois desaparece de maneira inexplicada. Segundo a história, o motorista viria a descobrir mais tarde que a moça a quem dera carona estava morta havia anos.

Embora vários estudiosos e pesquisadores, principalmente aqueles ligados aos estudos das narrativas, já tivessem se debruçado antes sobre o tema das lendas e boatos, a expressão “lenda urbana” – traduzida do original em inglês *urban legend* – teve origem nos Estados Unidos, nos anos de 1970-1980 (Cortázar Rodríguez, 2004: 1). Pesquisadores daquele país colocaram seu foco de atenção nessas histórias que normalmente aparecem como verdadeiras, mas que não têm nenhum fundo de verdade. Conforme destaca Cortazar Rodríguez (2004: 2), a lenda urbana é uma história fictícia com aparência de realidade.

Jean-Bruno Renard (2007: 97) acredita que boatos e narrativas populares contemporâneas são os equivalentes modernos de lendas antigas. No entender do autor, as lendas urbanas são gêneros comunicacionais, boatos narrativos que acontecem “na modernidade, de nossas sociedades técnicas e industriais, nas quais a cidade é emblemática” (Renard, 2004: 98).

Segundo Dauphin (2003: 28), o advento da Internet permitiu a difusão ainda mais efetiva dos rumores e boatos, dada a rapidez e facilidade de sua utilização. Assim, o simples ato de um click, protegido pelo anonimato, faz com que os boatos, rumores e correntes propaguem-se de forma ainda mais rápida pela internet do que via oral. Em segundos, todo o catálogo de endereços do internauta recebe aquela mensagem. Dauphin (2003: 28) estima que “ao cabo de seis gerações de mensagens, um milhão de pessoas receberam o rumor”.

Na Internet, o auge dessas correntes e rumores – boa parte relacionada a avisos sobre vírus – ocorreu no início dos anos 2000 e vários pesquisadores já escreveram sobre o tema, abordando principalmente os tipos de mensagem recebidos e propondo uma classificação. Segundo Cortázar Rodríguez (2004: 6), podemos enumerar pelo menos sete tipos de rumores que circulam na Internet: alertas sobre vírus que podem atingir os computadores; cadeias mágicas ou supersticiosas; cadeias de solidariedade (crianças doentes ou desaparecidas); petições (listas de assinaturas em prol de causas variadas, como mulheres afegãs, florestas brasileiras etc.); rumores propriamente ditos (falsas informações e boatos totalmente inverídicos); lendas urbanas (pseudo notas policiais, como o seqüestro de crianças em supermercados para o roubo de órgãos) e histórias divertidas e humorísticas.

Dentre esses tipos, interessa-nos particularmente as chamadas correntes de solidariedade, ou cadeias de ajuda mútua. Essas correntes de solidariedade pedem ajuda a crianças ou jovens doentes que, na maioria dos relatos, sofrem de um mal pouco conhecido e cujos pais não dispõem de dinheiro suficiente para o tratamento. Segundo esse tipo de rumor, o internauta, ao enviar a mensagem à sua lista de endereços, estaria dando dinheiro à causa, por intermédio dos servidores de mensagens, que doariam certa quantia por e-mail enviado.

Uma das correntes de solidariedade mais conhecidas é “Solidariedade com Brian”, que atingiu mais de 11,5 milhões de pessoas (Dauphin, 2003: 29). Segundo a história, Brian era um menino doente de Buenos Aires, que poderia se beneficiar de uma operação graças ao dinheiro arrecadado junto aos provedores de acesso à Internet.

O caso Raquel

Uma das autoras deste artigo recebeu o e-mail sobre a menina Raquel em 15 de dezembro de 2009. A mensagem chegou-lhe mais de uma vez, em forma de corrente. O relato apelativo, junto com fotos da criança e laudo médico anexados, solicitava que a mensagem fosse retransmitida ao maior número de pessoas para que, neste caso, a família pudesse ser beneficiada pelos provedores AOL e ZDNET com R\$ 0,32 (trinta e dois centavos), doados a cada endereço eletrônico que aparecesse na mensagem. O e-mail frisava que, ao ser retransmitido, não deveria ocultar os destinatários, para permitir o repasse dos valores.

Após o recebimento, a jornalista decidiu checar os dados da mensagem e achou válido relatar o caso em seu Blog dois dias depois (17/12/2009). O objetivo inicial era alertar amigos e familiares para que não reenviassem este tipo de mensagem e tampouco acreditassem em conteúdo exagerado.

Aparentemente, o e-mail tratava de uma miscelânea de desgraças que, depois se comprovou, não tinham ligação entre si. Eis a mensagem na íntegra:

Caros colegas,

Repassem, por favor, só quem é pai sabe a dor....

Trata-se de uma pessoa da Sinergia. Por favor, não deixe de passar!!!

Se você apagar isto sinceramente você não tem coração...

Oi, eu tenho 29 anos. Deus me abençoou com uma menina. Minha filha é chamada Raquel e ela tem 10 meses de idade. A alguns dias os doutores encontraram nela um câncer cerebral . Há só um caminho para salva-lá...
Operação.

Infelizmente, eu e meu marido não temos bastante dinheiro para cobrir isto. AOL e ZDNET nos ajudarão. Pedimos a você que repasse esse email a todas as pessoas que puder e AOL limpará este e-mail e contará as pessoas recebidas. Cada pessoa que abrir este correio e passar adiante três pessoas pelo menos, nós receberemos 32 centavos.

Por favor, nos ajude. Sinceramente.

Abraços

Wanessa da Silva Pinto

e-mail: wanessasp@petrobras.com.br

Petrobrás/Projeto Sinergia/Coordenadora de Curso

Telefone: (21) 3876-3235 (21) 3876-3235 - Rota: 816 - Chave: XL41

Além do texto, a mensagem também incluía seis imagens propositadamente chocantes, de uma garotinha com manchas e feridas vermelhas em várias partes do corpo. Havia, ainda, um relatório médico anexado, que trazia os primeiros elementos contraditórios. O laudo falava da garotinha Manuela Duarte Nizza e de erupções papuloerimatosas. O nome da mãe, neste laudo, era Glauca e não Wanessa como na assinatura do e-mail. O câncer de cérebro também tinha se transformado em feridas horríveis na pele. Mas, como o relatório vinha em anexo, em formato PDF, a necessidade de abrir o arquivo em outro programa talvez tenha feito com que poucos internautas demonstrassem interesse em lê-lo. A falta de interesse também poderia estar ligada ao fato de acreditarem se tratar de um documento técnico e, portanto, dispensável para atender a apelo tão convincente.

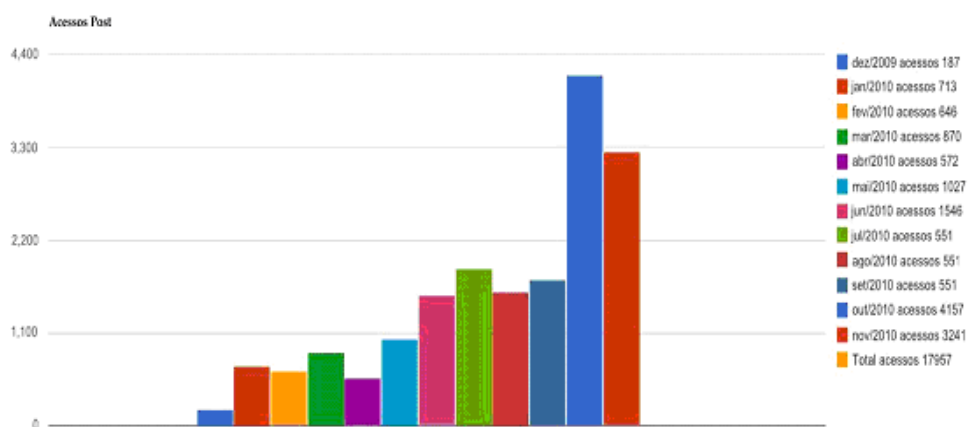
Dessa forma, a jornalista logo percebeu que se tratava de mais uma corrente, uma variante de um dos mais antigos e falsos e-mails que circulam pela internet, falando de Raquel Arlington, uma garotinha com câncer. (Emery, s.d). O texto em inglês é praticamente idêntico ao recebido: *If you delete this seriously dont have a heart!!!! Hi I am a 29 year old father. Me and my wifw hava ha a wonderful life*

together. God blessed us with a child too. Our daughter's name is Rachel (...). A diferença é que a versão brasileira inclui as fotos e o laudo médico.

Mesmo com a evidente comprovação de se tratar de mais um boato, a jornalista enviou um e-mail para o endereço wanessasp@petrobras.com.br e, como era de se esperar, a mensagem foi rejeitada por não existir o endereço no domínio da Petrobrás. A pesquisadora foi um pouco além para tentar entender e provar as suspeitas de que se tratava de mais uma mensagem falsa: telefonou para o número que constava no corpo do e-mail e ouviu a seguinte mensagem: “não podemos completar a ligação, esse número de telefone não existe”.

O caso foi relatado no blog da jornalista, com o título “Falsas correntes do bem que circulam na Internet”. Com o passar dos dias, a surpresa: dezenas de pessoas acessaram o post à procura de informações sobre o caso. A maior surpresa, porém, era que vários internautas relatavam que, mesmo notando detalhes estranhos, haviam repassado a mensagem. Um dos leitores relatava: “Oi, enderecei-me ao seu blog através de uma pesquisa sobre o caso da menina Raquel. Recebi este e-mail através de uma pessoa confiável, e acabei repassando-o. Mas achei um pouco estranho...”

Para se ter ideia da repercussão do post sobre a falsa corrente do bem, apresentamos a seguir um gráfico com os comentários postados em quase um ano. Para chegar aos números, consideramos a data em que o texto foi postado, 17/12/2009 até final de novembro de 2010. Em 348 dias, 17.957 pessoas leram o texto intitulado “Falsas ‘correntes do bem’ que circulam na Internet”, sendo que 68 visitantes registraram seu comentário. Alguns declararam que chegaram a conhecer a criança da foto, envolvida realmente em uma doença rara, mas com outra história bem diferente. Outros, ainda, compartilharam e-mails similares, enviaram fotos e narraram pedidos apelativos recebidos, contribuindo para o post. Entre os visitantes constam residentes da Itália; Espanha; Argentina; Venezuela e, Brasil. No caso do Brasil, os que citaram a localidade, a maioria reside no interior de São Paulo ficando mais ao Norte; outros na Capital e Grande ABC, além de Minas Gerais; Goiânia e Rio Grande do Sul.



Durante a pesquisa sobre o tema, a jornalista também encontrou um artigo em um periódico de Portugal (“Tal&Qual”), datado de 30 de março de 2007, que alertava os leitores para os e-mails correntes. Segundo o artigo da jornalista Catarina Vaz Guerreiro (2007), o interesse está na lista de contatos enviados que, segundo ela, “vale ouro, pois não está em nenhuma base de dados”. O autor da mensagem, dessa forma, poderia utilizá-los ou até vendê-los.

Narrativa convincente

Mesmo com erros tão grosseiros, os e-mails corrente continuam a circular e muitos internautas os encaminham, independente da dúvida sobre o seu conteúdo. Acreditamos que a explicação para este “sucesso” está tanto nos elementos narrativos utilizados como no contexto comunicacional envolvido.

Os primeiros elementos narrativos a serem destacados são os textuais. Chamam a atenção, de início, as frases que normalmente encabeçam as mensagens. São frases imperativas, que apelam, ordenam ao internauta que retransmita a mensagem: “envie este e-mail a todos os seus amigos...”. Meurer (2002: 295), ao analisar as correntes como gêneros textuais, destaca o caráter exortativo desses textos, pois sempre têm como intenção persuadir o leitor a alguma atitude.

Após a ordem e a solicitação de envio, normalmente se seguem os elementos que apelam ao lado emotivo do usuário do correio eletrônico: *Repassem, por favor, só quem é pai sabe a dor... Por favor, não deixe de passar!!! Se você apagar isto sinceramente você não tem coração...* Esses são, segundo Meurer (2002: 297), os elementos de motivação da corrente, que tanto podem ser positivos como negativos. Aqui, encontramos os elementos de motivação negativos, com uma espécie de ameaça àqueles que não repassarem. A autora observa que o tipo de

motivação mais comum é a chantagem emocional, como o caso da mensagem aqui estudada.

O e-mail é tão bem arquitetado que faz com que qualquer ser humano se sinta na obrigação de ajudar o próximo, mesmo que seja um desconhecido. O uso das letras maiúsculas para chamar atenção, dos vários pontos de exclamação e do apelo aos sentimentos familiares (“*se você é pai...*”) acaba por conseguir a eficácia na retransmissão das mensagens.

Os mesmos recursos de retórica utilizados pelo jornalismo para causar graus de comoção nos leitores (MOTTA, 2007: 159) aparecerão nos e-mails corrente. Afinal, o objetivo é parecer que se está trabalhando com informação verídica, com a realidade. Essas estratégias se mostram nas escolhas lexicais (“*Deus me abençoou com uma filha*”), no uso de palavras afetivas (*sinceramente, não tem coração*) e na utilização, como já se mencionou, das interrogações e exclamações.

Na sociedade do século XXI, em que todos viraram um número, em que o desenraizamento do indivíduo de sua comunidade torna-o um ser global (que vive muitas relações somente no âmbito virtual); a possibilidade de ser solidário, de ajudar, de ser um pouco mais humano, parece cativar o internauta que recebe o e-mail corrente. Além disso, há de se considerar que será preciso somente “reenviar a mensagem”.

O interessante é que os mesmos elementos que motivam o internauta ao repasse das mensagens são os indícios de que estamos diante de um rumor/boato. Esse tipo de e-mail está sempre encabeçado por um apelo similar: “Envie essa mensagem a todas as pessoas que conheça”. Outros detalhes, como a ambigüidade de nomes e lugares citados também poderia ser suficiente para gerar desconfiança em relação à veracidade das mensagens. Mas a rapidez no ato de reenviar, diante do apelo emocional – como para se livrar logo daquela “missão humanitária” – fazem com que poucos percam alguns minutos para pesquisar ou refletir sobre a veracidade nas informações.

Aliás, a menção a detalhes, nomes, datas e endereços, também é outro recurso narrativo utilizado para o convencimento do leitor de que se trata de um e-mail sério e verdadeiro. São os recursos analisados por Motta (2007: 156) em relação ao jornalismo como as estratégias de objetivação. Barthes (1968: 1), em seu conhecido artigo “Efeito de realidade”, menciona justamente esses detalhes inúteis como estratégias para se criar o efeito de realidade.

Há outros aspectos narrativos que podem ainda ser destacados na maneira de construir os e-mails corrente. E, para comentá-los, valemo-nos da análise que Motta (2004: 4) faz do jornalismo a partir da teoria literária. O autor aborda a oposição entre *showing x telling*, utilizando a terminologia inglesa, e explica que

“*showing* é a técnica de representação dramática que mostra uma sucessão de cenas e revela situações particulares, deixando para o expectador configurar o enredo”. Já na outra técnica (*telling*), o narrador mais conta do que mostra. No *showing*, “o narrador aumenta a distância ao desvanecer a sua presença, dramatiza as histórias, privilegia as citações permitindo que as personagens e os fatos falem por si mesmos” (Motta, 2004: 4).

Os e-mails corrente se constroem na tentativa de mostrar fatos pretensamente acontecidos. Assim como o discurso jornalístico, a comunicação via corrente trabalha com a pretensão de mostrar algo verdadeiro e convincente. Mostra supostas evidências, como fotos e relatórios médicos. Daí seu receptor ter a ideia de que trabalha somente com fatos. Todos os e-mails corrente incluem elementos persuasivos presentes na retórica de Aristóteles (Kibby, 2005: 784), destacando a verossimilhança da informação e o apelo às emoções.

Outro aspecto apontado por Kibby (2005: 784) que dá credibilidade a esse tipo de e-mail corrente é a referência a alguma autoridade, cargo ou empresa reconhecida. “A confiabilidade é gerada pela utilização de estatísticas e termos científicos e através de referências às autoridades ou aos fatos conhecidos ou crenças amplamente realizadas” (Kibby, 2005: 785). E é exatamente isso que acontece no e-mail estudado. Menciona-se a Petrobrás, como a empresa em que trabalha a mãe da menina doente e até o cargo que ocupa em um projeto da estatal, com endereço eletrônico e número de telefone. Quantos internautas se preocuparão em checar a veracidade dos dados?

Aliás, a tentativa de criar a veracidade se vale de outro ponto que merece ser destacado: o uso da imagem. A fotografia é uma importante ferramenta para a construção de efeitos de sentido de real. Afinal, acaba por criar a ilusão de tratar-se de um testemunho imagético. (Dalmonte, 2008: 41).

Para Barthes (1968: 4), a fotografia é um dos elementos que mostra a necessidade de dar autenticidade constante ao real, já que pode apresentar um testemunho bruto do que acontece, da mesma forma que a reportagem ou a exposição de objetos antigos.

Acreditamos que, no caso do e-mail corrente sobre a hipotética menina Raquel, as fotografias anexadas contribuem muito para sensibilizar o internauta que, ao verificar que se trata de um bebê com várias manchas no corpo, não procura outras informações para confirmar a veracidade da mensagem. Sente-se suficientemente chocado e emocionado para dar o click necessário para a suposta ajuda humanitária.

Contexto comunicativo e identidade

O anonimato parece ser um ponto importante no contexto comunicativo que impulsiona o repasse das correntes de solidariedade na Internet, conforme destaca Villegas (2001: 6). Os internautas sentem-se à vontade para repassar certas mensagens, pois não estão cara a cara com seus interlocutores. Normalmente, quando repassam, agregam algum tipo de comentário: “não sei se é verdade, mas me pediram para repassar...” Parece que, na dúvida da veracidade, preferem repassar a ter a “consciência pesada” por ter quebrado uma corrente supostamente importante. Surge uma espécie de distanciamento do emissor, que se exime da responsabilidade de seu conteúdo, pois somente está repassando. “O resultado do anonimato é que toda a autoridade acaba sendo transferida para a carta corrente em si, que passa a ter um poder quase místico” (Meurer, 2002: 296)

Segundo Kibby (2005: 772), dentre os motivos para se manter a circulação dos e-mails corrente, está justamente a ausência das situações de contexto nesse tipo de comunicação, como convenções sociais, constrangimento ou vergonha. Parece que esse tipo de mensagem está livre da inibição dos que a mandam, que não se sentem responsáveis por ela, como já frisamos. As histórias continuam a circular, tornam-se folclore e esse tipo de e-mail é percebido como verdade, mesmo quanto o receptor é cético. Parece que ele acredita que outros gostariam de ver a mensagem ainda que pessoalmente não lhe dê credibilidade.

Segundo a pesquisa de Kibby (2005: 787), pelo menos 36% dos internautas entrevistados afirmaram que já haviam retransmitido um e-mail corrente e 42% afirmaram acreditar que seus contatos gostariam de receber a mensagem. Uma parcela significativa dos pesquisados (33%) tinha convicção de que se tratava, efetivamente, de uma maneira de “ajudar os outros”.

Essas correntes de solidariedade, principalmente aquelas ligadas a crianças doentes, propiciam ao internauta a possibilidade de participar (ou pensar que está participando) de uma mobilização solidária que leva o bem a outras pessoas, como destaca Cortázar Rodríguez (2004: 7). O fato de sentir-se inserido em uma “comunidade do bem” parece fazer com que o internauta se identifique com outros tantos que praticam o mesmo ato.

Os inúmeros desmentidos e divulgações sobre o conteúdo inverídico dessas mensagens não são suficientes para impedir sua propagação. “As cadeias de solidariedade são o tipo de rumor que apresentam a vida média mais longa em relação ao restante, que costumam ser desmentidos com mais frequência”. (Cortázar Rodríguez, 2004: 7).

Não somente as correntes de solidariedade eletrônicas se parecem formalmente com suas homólogas escritas, mas elas funcionam sob os

mesmos fatores: transformar em pequenos heróis os destinatários dos e-mails, com um ato que é por si gratuito, mas que gerará arrecadação de dinheiro. (TAIEB, 2001/2: 250).

Na mensagem sobre Raquel, além dos elementos narrativos já destacados, podemos dizer que o sucesso na circulação dessa mensagem também se deve ao perfil do indivíduo no século XXI. Sua crescente desvinculação com a comunidade, sua necessidade de pertencimento, de sentir-se útil e atuante faz com que pense em tomar atitudes, nem que for somente um click no botão do computador.

Segundo Renard (2007: 99), “não se adere aos boatos por falta de instrução ou por irracionalidade, mas porque estas narrativas confortam as opiniões e as atitudes”. O autor explica que é insuficiente mostrar que um boato ou uma lenda é falso. Ele afirma que “é preciso compreender, ainda, porque as pessoas acreditam em coisas falsas”. (RENARD, 2007: 99)

Considerações finais

Passados dez anos dos estudos de Kibby sobre os “forwardable e-mails”, os aspectos indicados por essa pesquisa continuam válidos, justificando em parte a continuidade da circulação dos e-mails corrente. Acreditamos que outros elementos tenham se agregado com o passar desse tempo e com o aprofundamento das relações usuário-Internet-correio eletrônico.

Castells (1999) dá subsídios para compreendermos a Era da Informação e fazer uma reflexão sobre os processos de transformação social que ocorrem no século XXI: “ultrapassam a esfera das relações sociais e técnicas de produção, afetam a cultura e o poder de forma profunda” (Castells, 1999: 499). Temos, hoje, novas formas de interação social, em que os relacionamentos e, por conseguinte, as ações de interação social (no caso de nossa análise, ações de solidariedade), se dão à distância, no mundo virtual. Temos, agora, um tipo de ação que substitui as interações face a face.

Podemos dizer que, além das interações sociais à distância, o anonimato também é um elemento importante do convívio na sociedade em rede. Os sujeitos se acreditam anônimos e, mesmo que se identifiquem no envio de mensagens eletrônicas, o “não-olhar” lhes dá coragem e motivação para escrever, retransmitir e repassar o que quer que seja.

A construção desse “espaço internético” coletivo, em que ninguém é dono ou autor também contribui para a continuidade de circulação de mensagens como o e-mail corrente, pois aquele que repassa torna-se um mero intermediário: “apenas estou repassando”. Assim, falamos de uma forma de comunicação sem autoria, sem

responsabilidade ou comprometimento.

Ao mesmo tempo, a ilusão de pertencimento a uma comunidade de pessoas solidárias umas com as outras, em um tempo de isolamento do indivíduo, com certeza também influencia a sobrevivência das correntes de solidariedade na Internet. Podemos dizer que as correntes digitais exploram vulnerabilidades do mundo global, em que se está em busca do pertencimento a uma comunidade e do auto-reconhecimento dos indivíduos como sujeitos de sua história.

Referências

- BARTHES, Roland. *El efecto de realidad*. Escuela Práctica de Altos Estudios. Paris, 1968. Disponível em: <http://pt.calameo.com/read/000012031678f4eb58054>. Acesso 7 abr 2010.
- CASTELLS, Manuel. *A Sociedade em Rede – A Era da Informação: economia, sociedade e cultura*. vol. I. São Paulo: Paz e Terra, 1999.
- CORTÁZAR RODRÍGUEZ, Francisco Javier. *Rumores y leyendas urbanas en Internet*. Departamento de Estudios Socio-Urbanos Universidad de Guadalajara Maio, 2004. Disponível em: <http://www.cibersociedad.net/archivo/articulo.php?art=194>)>. Acesso em: 1 abr. 2010
- DAUPHIN, Florian. Rumores eletrônicos: sinergia entre tecnologia e arcaísmo. Tradução: José Carlos Rocha. *Revista Líbero*. Vol 6, n. 1, p. 27-35, 2003. Disponível em <http://www.revistas.univerciencia.org/index.php/libero/article/viewPDFInterstitial/3903/3662>>. Acesso em 10 mai. 2010.
- GUERREIRO, Catarina Vaz. E-mails falsos rendem milhões. *Jornal Tal & Qual*. Lisboa, 30 de mar. de 2007. Disponível: http://cientistacurioso.wikispaces.com/file/view/e-mails_falsos.pdf>. Acesso em: 16 dez. 2009.
- EMERY, David. Charity Hoaxes Tug Cynically at Heart Strings. “Dying children” of chain letter fame don’t exist. About.com-Urban Legendas. Disponível em: <http://urbanlegends.about.com/library/weekly/aa111500a.htm>. Acesso em: 16dez. 2009.
- KIBBY, Marjorie D. Email forwardables: folklore in the age of the internet. *New media & society*. London, Thousand Oaks, CA and New Delhi, Vol. 7, n. 6, p. 770–70. 2005. Disponível em

<<http://nms.sagepub.com/cgi/content/abstract/7/6/770>>. Acesso em 5 mai. 2010.

MEURER, Clio Elizabeth de Carvalho. “No creo em brujas, pero que las hay, las hay”: uma análise de cartas-corrente via e-mail. In: MEURER, José Luiz; ROTH, D. Motta. (Orgs.). *Gêneros textuais*. Bauru: EDUSC, 2002. p. 291-310.

MOTTA, Luiz Gonzaga. Jornalismo e configuração narrativa do presente. *E-Compós*, v. 1, 2004) Disponível em <<http://www.compos.org.br/seer/index.php/e-compos/article/view/8/9>>. Acesso em 10 jun. 2010.

MOTTA, Luiz Gonzaga. Análise pragmática da narrativa jornalística. In: LAGO, C.; BENETTI, M. *Metodologia de pesquisa em jornalismo*. Petrópolis: Vozes, 2007. p. 143-167.

RENARD, Jean-Bruno. Um gênero comunicacional: os boatos e as lendas urbanas. *Revista FAMECOS*, Porto Alegre, v.1, n. 32, abr. 2007, p. 97-104. Disponível em: <<http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/view/3421>>. Acesso em 3 mai. 2010.

TAIEB, Emmanuel. Persistence de la rumeur. *Sociologie des rumeurs électroniques, Réseaux*, n. 106, p. 231-271, 2001/2. Disponível em: <http://www.cairn.info/article.php?ID_REVUE=RES&ID_NUMPUBLIE=RES_106&ID_ARTICLE=RES_106_0231>. Acesso em: 5 ago. 2010.

VILLEGAS, Becky. Leyendas Ciberurbanas: Un nuevo medio, las mismas viejas historias. *Hiper-Textos Global Media Journal Edición Iberoamericana*, n. 3, jul/dez. 2001. Disponível em: <<http://www.gmjei.com/journal/index.php/hip-text/issue/view/42>>. Acesso em: 7 out. 2010.