

# O boato como estratégia folkcomunicacional

Considerações sobre a presença e efeito de sentido do boato como dispositivo de folkcomunicação política

*Sérgio Luiz Gadini<sup>1</sup>*

**Resumo:** O que é um boato? Como surge e se propaga no meio social? De que modo o boato político se configura como um dispositivo da folkcomunicação? Quais os efeitos mais recorrentes do boato no campo político? A partir do conceito de boato trabalhado por Jean-Noël Kapferer (1993), o texto discute alguns desdobramentos da presença e influências do boato como mecanismo de ação folkcomunicacional na política brasileira contemporânea.

**Palavras-chave:** Folkcomunicação. Boato. Estratégia Folkcomunicacional.

## **Rumor as folkcommunicational strategy**

Consideration about the presence and effect of sense of rumor as device of political communication

**Abstract:** What is rumor? How does it appear and propagate in to social environment? How does political rumor characterize as a device of folkcommunication? What effects of rumor are more frequents in political field? From the concept of rumor which was worked by Jean-Noël Kapferer (1993), this paper discusses some unfolding of presence and influence of rumor as mechanism of folkcommunication action in Brazilian contemporary politics.

**Key-words:** folkcommunication. Rumor. Folkcommunicational strategy.

## **1. Observações Introdutórias**

Informação anônima, suspeita, blefe, ameaça, trucagem, defesa prévia a um suposto ataque de crítica, ensaio, maldade ou, simplesmente, fofoca. Estas são algumas das adjetivações mais freqüentes que acompanham a materialização discursiva de um boato<sup>2</sup>.

Se a prática do jornalismo disputa com a prostituição a marca de ser a profissão mais antiga do mundo, é bem provável que o boato possa mesmo ser considerado a “mídia mais antiga do mundo”. Esta é a hipótese de Jean-Noël Kapferer (1993). O boato

---

<sup>1</sup> Professor de Jornalismo e do Programa de Ms. em Ciências Sociais Aplicadas da UEPG, editor da *Revista Internacional de Folkcomunicação* ([sergiogadini@yahoo.com.br](mailto:sergiogadini@yahoo.com.br))

<sup>2</sup> Apenas para situar, o termo *rumeur*, em francês, pode ser traduzido por rumor ou simplesmente boato; *rumor*, em inglês; e *bulo*, *rumor* ou *chisme*, em espanhol, praticamente equivalem na expressão similar de sentido.

“é o mais antigo dos meios de comunicação de massa. Antes mesmo de existir a escrita, o ouvi-dizer (*bouche-à-oreille*) era o único veículo de comunicação nas sociedades. O boato veiculava as informações, fazia e desfazia as reputações, precipitava os motins ou as guerras. O aparecimento da imprensa, em seguida o do rádio e, enfim, a explosão do audiovisual não conseguiram, entretanto, fazê-lo desaparecer. Apesar dos mídias, o público continua a buscar informações através do ouvi-dizer. A emergência dos mídias, longe de suprimir o boato, contribuiu para torná-lo mais especializado: a partir desse momento cada mídia tem seu próprio território de comunicação” (Kapferer, 1993, p. 4)

A explicação de Kapferer indica algumas especificidades sobre o boato: é uma informação, que “traz elementos novos sobre uma pessoa ou um acontecimento ligados à atualidade” (1993, p.5). Assim, o boato também “se distingue da lenda que, em geral, se refere a um fato passado”.

É, contudo, importante observar que, embora seja mais recorrente, o boato nem sempre é falso ou antecipa uma situação ou informe inverídico. “Na realidade o boato incomoda porque ele pode se revelar verdadeiro”, diz Kapferer (1993, p.7). É, pois, também uma possibilidade ou, se preferir, uma dimensão possível da realidade social que, por sua vez, é formada por representações, discursos, falas e imagens, além das experiências humanas diretas e imediatas.

E as formas de circulação? Não foi a invenção técnica dos mais diversos suportes de mídia que anularam ou reduziram o efeito (imprevisível) do boato na vida social. Isso porque o boato sobrevive paralelo ou, também, diante da propagação de informações pelos meios de comunicação. Apesar do insistente uso da mídia para dar visibilidade e projeção aos informes oficiais, que interessam aos governos e setores que respondem pela gestão dos espaços públicos, os boatos continuam a existir e preocupar gestores que deveriam responder pelo interesse coletivo, dando diferentes margens de interpretação de sentido sobre um mesmo acontecimento ou situação.

Assim, se um boato pode se propagar por meio de nota, questionamento ou comentário em suporte impresso, *on-line* ou audiovisual, resta entender – e aceitar – que as diferentes modalidades de circulação de uma informação atual (caracterizada como boato) não estão diretamente associadas à maldade, fofoca ou mera invenção previamente recheada de falsidade intencional.

É, entretanto, fundamental considerar que, habitualmente, um boato circula sem autoria explícita, ou ao menos tende a se apresentar com autoria não identificada – seja sob a alcunha de fofoca, comentário displicente e não comprovado ou ainda pelo

artifício do *off* (“isso em *off*, pois não se pode afirmar” ou, também, “em *off*, sabe-se que isso aconteceu”), quando a fonte prefere não ser publicamente identificada.

Kapferer (1993, p.9), por sua vez, lembra que “as definições que se baseiam no critério de informação ‘não verificada’ e a fortiori de informação ‘falsa’ são, na realidade, definições ideológicas que traduzem um preconceito contra o boato e uma intenção moralizante”.

A explicação é mais do que procedente e justificada:

“Os boatos não incomodam só porque são ‘falsos’: se fosse assim ninguém se importaria. Acredita-se neles justamente porque têm um fundo de verdade; fato comprovado pelos ‘vazamentos de informação’ e segredos políticos divulgados. Os boatos incomodam porque são um tipo de informação que o poder não pode controlar. Diante da versão oficial, surgem outras verdades: a cada a um a sua” (Kapferer, 1993, p.9).

Baseado em T. Shibutani (1966), Kapferer (1993, p.10) recupera do sociólogo norte-americano a idéia de que o boato seria a “notícia improvisada”, ambígua e resultante de um processo coletivo, entre conversas, hipóteses e curiosidades que derivam de um determinado fato, personalidade pública ou situação social. O caráter ‘ambíguo’ do boato não é meramente casual, mas está diretamente associado a um critério de importância coletiva e, pois, remete a um suposto (explícito ou implícito) interesse a respeito do que se fala.

Considere-se, então, que algumas das características do boato tendem a aproximá-lo do jornalismo: é uma informação, que circula, envolve interesse coletivo e tem a marca da atualidade. Observe que se tem, nessa apresentação conceitual do boato, três das principais características do jornalismo contemporâneo: uma informação, que circula, tem interesse coletivo e, guardadas as proporções, a dimensão de ambigüidade pode ser parcialmente aproximada do que se entende por pluralidade na abordagem periodística.

Mas não se pode, em hipótese alguma, colocá-lo como um (quase) sinônimo da produção jornalística. E, de outro modo, embora seja habitual a referência de que o boato se opõe às informações oficiais, tampouco se pode colocá-lo, sempre, no oposto da versão oficial sobre um mesmo acontecimento.

Não se trata, portanto, de ver o boato como um mal em si, uma fofoca ou uma maldade sobre a educada e recatada vida de desinteressadas personagens que não gostariam de se ver como tema de comentários sociais. Antes, pode-se entender o boato como uma informação que, em diferentes formatos e modalidades, parece acompanhar a

própria existência da história da sociedade humana. E, pois, bem antes de se pensar em sociedade midiática, o mesmo boato já era um dispositivo de sociabilidade, uma informação que agrega(va) outros elementos, curiosidades e desdobramentos em sua imprevisível circularidade coletiva.

## **2. Boato como dispositivo folkcomunicacional**

E em que sentido pode-se dizer que o boato se relaciona com a perspectiva folkcomunicacional? Vejamos um dos conceitos mais correntes de folkcomunicação, a partir de Luiz Beltrão: “a Folkcomunicação caracteriza-se pela utilização de mecanismos artesanais de difusão simbólica para expressar, em linguagem popular, mensagens previamente veiculadas pela indústria cultural” (apud Marques Melo, “Introdução à Folkcomunicação”. In: Beltrão, 2004, p.11).

Ainda, conforme Luiz Beltrão (2004, p.55), folkcomunicação seria, também, “o processo de intercâmbio de informações e manifestação de opiniões, idéias e atitudes de massa, por intermédio de agentes e meios ligados direta ou indiretamente ao folclore”. Dito em outros termos, pelo próprio criador do termo,

“a Folkcomunicação é, por natureza e estrutura, um processo artesanal e horizontal, semelhante em essência aos tipos de comunicação interpessoal já que suas mensagens são elaboradas, codificadas e transmitidas em linguagens e canais familiares à audiência, por sua vez conhecida psicológica e vivencialmente pelo comunicador, ainda que dispersa” (Beltrão, 2004, p.74).

Beltrão (2004, p.91) retoma um conceito de Edison Carneiro (1965) para discutir as espontâneas transformações da cultura: “sob a pressão da vida social, o povo atualiza, reinterpreta e readapta constantemente os seus modos de sentir, pensar e agir em relação aos fatos da sociedade e aos dados culturais do tempo”.

É um pouco nesta perspectiva que o boato, ao seu modo, integra o mosaico das manifestações culturais que marcam um determinado espaço e tempo da vida social. Não se trata de reivindicar que o boato ‘é’ ou, de modo isolado, ‘faz’ a cultura, mas ele integra o cenário onde surgem e se processam as expressões culturais, pois se atores sociais – ao seu modo – reinterpretam e atualizam as imagens e situações que instituem a cultura, como um discurso (informação atualizada, que circula), o boato se torna um dispositivo folkcomunicacional que também faz parte das ações, situações e relações cotidianas que vão projetando e instituindo o mundo cultural.

Na era da cultura midiática – em que boa parte das situações e fatos que marcam a vida social surgem ou são instituídos, direta ou indiretamente, em relação à presença, ação e influência dos espaços de mídia – o boato não deixou de existir. E, ao que parece, também não deixará de existir! Ao contrário, ele é reconfigurado às marcas e especificidades do campo midiático. Vale como exemplo, a lógica do *star sistem* em que a vida de astros que atuam ou disputam espaço de visibilidade/projeção na mídia.

Nesse cenário, informações – nem sempre confirmadas sobre a vida privada dos respectivos atores (estrelas ou estreláveis!) se tornam um dos eixos de curiosidade e interesse temático de programas, publicações e/ou veículos dirigidos de mídia. Claro que o *star sistem* não sobrevive, unicamente, de boatos, mas essas informações não confirmadas, atuais e ambíguas que circulam, contribuem e fazem parte da mesma lógica de visibilidade/projeção que dá sentido à existência de tais atores midiáticos. Aí, mais ou diferente que a suposta e, por vezes, criticada fofoca, o boato é parte do mesmo sistema que mantém e legitima o sonho ou realidade de ação de tais atores.

Experimente imaginar o contrário: um ator (candidato ou pretendente a estrela do sistema/mundo-mídia) que não consegue entrar no circuito de informação que dá visibilidade às suas ações estaria condenado à invisibilidade midiática. A lógica do entretenimento é, por excelência, a lógica do *star sistem*, que se traduz na constante presença e visibilidade de mídia. Esta é a marca das sociedades contemporâneas, diga-se passagem, a mesma marca e lógica do chamado fenômeno da moda-mídia (como sugere Gilles Lipovetsky, em seu ensaio sobre a moda: *O império do efêmero*).

A informação não confirmada, atual e circular (talvez, a partir daqui, pode-se considerar o boato como um quase-sinônimo dessa caracterização) é, pois, uma marca inegável do sistema moda-mídia das complexas sociedades contemporâneas. Não há, portanto, como ignorar que nesse cenário em que a cultura da mídia<sup>3</sup> se legitima e projeta relações de consumo e significação, o boato pode ser entendido como um dos dispositivos dessa mesma complexidade informacional circular e onipresente.

Assim, associando a perspectiva folkcomunicacional de Luiz Beltrão (2001 e 2004), com uma das marcas predominantes do mundo contemporâneo (a cultura midiática), pode-se dizer que o boato opera como um dos inúmeros dispositivos folkcomunicacionais que dialogam com o sistema midiático cultural e, ao seu modo, também legitimam a vida cotidiana em suas relações informais, espontâneas, também

---

<sup>3</sup> O conceito é trabalhado por Douglas Kellner (1999).

integradas por informações ambíguas – materializadas em termos como ‘estão falando’, ‘ouvi-dizer’, ‘comentam por aí’, ‘quer dizer que’, ou ainda pela máxima de um polêmico apresentador de programa televisivo deste País (“eu aumento, mas não invento!”)<sup>4</sup>.

### **3. O boato no campo político: algo inevitável ou um mal necessário?**

Certamente, nenhum político profissional<sup>5</sup> gostaria de se tornar objeto de comentários que colocam um comportamento ou postura de voto sob suspeita, diante dos eleitores. Mas, contrariamente, os mesmos atores políticos pagam – com o suado dinheiro do contribuinte brasileiro – assessores de mídia, que têm como função principal inserir a imagem do respectivo político, seja a partir de ações de interesse público, ou mesmo assegurar visibilidade de seus deslocamentos e presença em determinados espaços sociais.

Assim, neste País, não há informação sobre algum político que não se sinta lisonjeado, agradecido ou satisfeito, quando um editor estampa sua imagem, ou tece qualquer comentário, que registra e indica presença em solenidade oficial ou festas de solidariedade... mesmo que seja aos deserdados por eventuais intempéries das variações de temperatura. Lógico!

Contrariamente, os mesmos atores políticos não pensariam duas vezes em acionar o mesmo periódico pela via judicial, se porventura um editor veiculasse qualquer informação sobre a eventual presença de tais representantes em uma dessas casas noturnas que não são freqüentadas por senhoras bem-casadas e mães-de-família e, pois, onde alguns atores precisam ir sem a companhia das esposas.

Boato ou informação confirmada, o fato é que um simples comentário ou registro em nota de coluna sobre alguma tal visita em casas do gênero já seria motivo para implicações e desdobramentos políticos que poderiam colocar em risco a ilibada e inquestionável ‘moral’ do suposto ator. Muito possivelmente, depois de contestar o editor ou colunista com ameaças de “calúnia, injúria e difamação”, o ilustrativo personagem trataria de afirmar que tal informação não seria mais que um boato.

---

<sup>4</sup> Referência ao bordão muito utilizado pelo apresentador do programa *Show de Estrelas*, Leão Lobo, exibido pela Rede Bandeirantes de Televisão, que tem como eixo informações sobre a vida (privada ou pública) de personagens e atores do mundo da mídia.

<sup>5</sup> Entende-se, aqui, por ‘político profissional’ a grande maioria daqueles representantes (do legislativo ou executivo) que fazem da função representativa sua profissão, vivendo com expressivos salários e confortáveis condições de trabalho, se comparados à condição de miséria a que está submetida a expressiva maioria dos contribuintes brasileiros. Isso, claro, graças a um perverso sistema de representação política, vigente neste País, que privilegia e perpetua a existência de tais ‘atores’ políticos!

É aqui que adquire sentido a noção de boato no mundo político. Trata-se, na maioria das vezes, de uma tentativa de descaracterizar uma informação veiculada, que poderia provocar arranhões em imagens de figuras públicas. É claro que o exemplo acima é, salvo eventual coincidência, um mero caso ilustrativo e hipotético, que pretende unicamente caracterizar o sentido predominante de boato no meio político, a partir de uma suposta ação comportamental de uma personagem caricatural. Afinal, neste mesmo País, assim como é difícil encontrar cabeça de camarão, político profissional não rouba e tampouco visita locais não freqüentados por senhores e senhoras de famílias de bem!

Vejamos, agora, um segundo exemplo, este sim, real, que marcou algumas disputas políticas do Brasil, entre o final dos anos 1980 e início da década atual (2000).

Formado por movimentos populares, intelectuais críticos e dissidentes de ex-agregações de esquerda, o Partido dos Trabalhadores se consolidou com uma importante referência de organização política a partir da primeira metade da década de 1980. Mas, na medida em que passou a figurar com um forte candidato para administrar importantes cidades e estados do País, o PT foi alvo de muitas informações típicas de boatos, nem sempre totalmente enganosas, tampouco plenamente verídicas...

Assim, a partir da segunda metade de sua primeira década de existência, quando o PT ameaçava a hegemonia de tradicionais partidos representantes do *stablishment* político, logo vinham as mesmas rotulações e ameaças aos eleitores: se o PT vencer, esta cidade vai se tornar um reduto de sem-terra”, “eles vão estatizar indústrias e bancos”, “a prefeitura vai administrar para os sem-terra e sindicatos”, “o estado não pode governar só para uma minoria de sindicalistas e sem-terra que desrespeitam a ordem”, e daí por diante. Vale lembrar um dos ataques mais usados pelo então candidato Fernando Collor de Mello, em 1989: “o PT quer um mundo que não existe mais, tanto que já foi derrubado na União Soviética”. O ritmo parecia simples e muito previsível: em véspera de eleição, era subir em sondagens de intenção de voto e, logo, logo, apareciam pichações, panfletos sem autoria, insinuações de pavor, chamando para o temor do que uma suposta gestão petista poderia representar para a cidade ou estado em disputa: um retrocesso à democracia!

Defensável ou não, absurdo ou ridículo, é inegável que tais ações discursivas exerciam um considerável efeito no rumo das disputas políticas. Não que todas tivessem sentido ou colassem com tanta facilidade entre os eleitores, mas o fato é que muitas eleições tiveram seus resultados influenciados pelas ações e iniciativas acima indicadas.

Tratava-se, em outros termos, de um dizer que fazia<sup>6</sup>, integrava a disputa e, guardadas as proporções, influenciava na própria escolha de muitos eleitores. Em outros termos, o boato integrava a disputa eleitoral!

E, por fim, um terceiro caso ilustrativo da presença e ação do boato no meio político brasileiro. Na eleição presidencial de 2006, depois de passar a um segundo turno com mais de 40% dos votos, o então candidato do PSDB/PFL, Geraldo Alckimin, precisou lançar mão de diversos programas do HPGE para tentar explicar que, diferentemente do que se falava, a oposição não iria acabar com o bolsa escola/família. Aquilo não passava de um boato, de um meio do candidato da situação atacar os adversários. O efeito de sentido da informação – atual, que circulou e apresentava uma expressiva margem de ambigüidade – marcou a disputa naquele importante momento eleitoral, seja para quem era beneficiado pelos referidos programas do Governo Federal, bem como para quem mantinha crítica às mesmas ações públicas.

Embora ninguém tenha confirmado que o então candidato da situação (presidente Lula, que disputava a reeleição) tivesse feito tal afirmação, a oposição se viu no forçoso desafio político de tentar responder e conter o efeito e projeção de sentido que tal postura passou a representar para milhões de eleitores, que passaram a ver com suspeita a candidatura da coligação PSDB/PFL.

Foi, assim, uma informação (boato ou não) que passou a integrar a disputa, com visível vantagem para o candidato situacionista e, ao mesmo tempo, operou como uma crítica para a pretensão eleitoral da então oposição ao Governo Federal.

#### **4. Considerações Finais**

Enfim, longe de entender o boato como um oposto de informação verídica ou demonstrável, trata-se de compreender e, partir daí, melhor discutir a presença, ação e influência que o boato opera na vida social. E, aqui, com mais ênfase no campo político. Não com o objetivo de negar ou colocar sob suspeita e qualquer forma de condenação (moral ou ideológica) prévia. Mas, antes, com a simples pretensão de considerar que, na medida em que se trata de uma informação (com elementos da atualidade, que circula e é reinterpretada pelos atores ou interlocutores que a processam), o boato é parte integrante das relações que integram a realidade social.

---

<sup>6</sup> Referência à discussão feita por Pierre Bourdieu (1989): o poder simbólico – um poder de fazer coisas com palavras.



Ou, ainda, como um dispositivo folkcomunicacional – que dialoga com situações da vida cotidiana – o boato opera, para além de qualquer pretensão de verificabilidade ou demonstração factual, como um elemento que exerce influência nas relações que fazem o campo político brasileiro contemporâneo.

É por isso que, nos limites do presente texto, pode-se entender que o boato atua e pode ser entendido como dispositivo e estratégia folkcomunicacional. Em outros termos, um mecanismo que marca, influencia e, portanto, faz parte da instituição política cotidiana da vida brasileira.

Se isso é bom, questionável, ou se o boato é algo inevitável ou ainda um mal necessário, já é outra história. E, talvez, motivação e desafio para algum outro texto sobre o mesmo assunto!

### **Referências Bibliográficas:**

BELTRÃO, Luiz. *Folkcomunicação: um estudo dos agentes e dos meios populares de informação de fatos e expressão de idéias*. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2001.

BELTRÃO, Luiz. *Folkcomunicação: teoria e metodologia*. São Bernardo do Campo: UMESP/Cátedra Unesco, 2004.

BOURDIEU, Pierre. *Coisas ditas*. São Paulo: Brasiliense: 1989.

CARNEIRO, Edison. *Dinâmica do Folclore*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1965.

KAPFERER, Jean-Noël. *Boatos: o mais antigo mídia do mundo*. Tradução de Ivone S. R. Maya. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1993.

KELLNER, Douglas. *A cultura da mídia*. Bauru: EDUSC, 1999.

LIPOVETSKY, Gilles. *O império do efêmero*. São Paulo: Cia as Letras, 1990.