

Lenda urbana: cobra na piscina de bolinhas¹

Elisa Nascimento Chueiri²
Gabrielle Carolina Silva³
Karine Ramos Albuquerque⁴
Victor Masson da Rocha Neves⁵
Gesner Duarte Pádua⁶

Universidade Federal de Uberlândia, Uberlândia, MG

RESUMO

Este paper apresenta o vídeodocumentário "Lenda urbana: cobra na piscina de bolinhas", produzido para a disciplina Projeto Experimental II do curso de Comunicação Social: habilitação em Jornalismo da Universidade Federal de Uberlândia, no primeiro semestre de 2012. Também descreve todas as etapas da produção, desde a concepção da ideia e seus motivos à elaboração do produto final. Para isso, o presente artigo explicita os conceitos que foram abordados no vídeo, no que se refere às concepções sobre o que é lenda urbana, como ocorre a propagação desordenada e efêmera de informações falsas pelo boca-a-boca, qual o envolvimento e o papel da mídia nesse processo, quais os efeitos à sociedade, dentre outros. Além disso, este paper expõe os desafios de se produzir um documentário em vídeo sobre tal tema que, comumente, é apenas abordado por gêneros ficcionais.

PALAVRAS-CHAVE: comunicação; lenda urbana; produção audiovisual; vídeodocumentário.

1 INTRODUÇÃO

A produção de um documentário diz respeito ao tratamento de uma determinada realidade histórica. Apesar de suas estruturas se confundirem com a das narrativas ficcionais, algumas vezes, o documentário não segue uma trama com blocos definidos. De acordo com Ramos (2008, p. 24), a ficção também estabelece asserções sobre o mundo, mas este universo está relacionado a entreter-se, no sentido de estabelecer “hipóteses, relações, previsões sobre os personagens, suas personalidades e as ações verossímeis que lhes cabem, e com eles estabelecer empatias emotivas”. Já o documentário prefere lidar

¹ Trabalho submetido ao XX Prêmio Expocom 2013, na Categoria Cinema e Audiovisual, modalidade Filme de não ficção/documentário/docudrama (avulso).

² Aluna líder do grupo e recém-graduada pelo curso de Comunicação Social: habilitação em Jornalismo da Universidade Federal de Uberlândia, email: elisa.chueiri@gmail.com.

³ Recém-graduada pelo curso de Comunicação Social: habilitação em Jornalismo da Universidade Federal de Uberlândia, email: gabriellearolina@hotmail.com.

⁴ Recém-graduada pelo curso de Comunicação Social: habilitação em Jornalismo da Universidade Federal de Uberlândia, email: karinealbuquerque89@hotmail.com

⁵ Estudante do curso de Comunicação Social: habilitação em Jornalismo da Universidade Federal de Uberlândia, email: victor.barao@hotmail.com.

⁶ Orientador do trabalho. Professor do curso de Comunicação Social: habilitação em Jornalismo da Universidade Federal de Uberlândia, email: gesnerduarte@hotmail.com.

com personagens que vivenciam ou vivenciaram o universo mostrado, de modo que trata da realidade em seus diversos prismas.

Apesar dos documentários clássicos e pré-roteirizados ainda serem metodologicamente mais utilizados, o documentário direto⁷ se mostrou o mais apropriado para guiar a temática proposta neste trabalho sobre lendas urbanas. Embora envolva maior complexidade em sua pós-produção, foi a partir deste tipo de documentário que o trabalho de campo tornou-se livre para se constituir na melhor representação possível da concepção inicial proposta pelo grupo.

Em muitos casos, o trabalho de roteirização, feito ainda na pré-produção do filme, vai se contentar em estabelecer uma estrutura básica que servirá como mapa de orientação para o documentarista durante as filmagens, com maleabilidade suficiente para que possa ser alterado no decorrer da produção, em razão de possíveis imprevistos (PUCCINI, 2009, p. 24).

A partir disso, pode-se afirmar a existência de uma ideia inicial norteadora para a produção do videodocumentário, mas a história contada foi desenvolvida e fundamentada a partir das diferentes sensibilidades do grupo em relação às entrevistas e às vivências encontradas no momento da produção, na coleta de depoimentos e filmagens.

Sem previsão de como os personagens entrevistados reagiriam, ou mesmo como manifestariam suas impressões acerca da vivência com o caso abordado, a possibilidade de prever como se desencadearia a história do videodocumentário e de descrevê-la, previamente, cena a cena, como é feito nos documentários do tipo histórico, arquivo ou biográfico (PUCCINI, 2009), seria restringida. Por isso, o enquadramento da proposta em documentário direto apresentou-se mais adequado. A equipe já tinha em mente uma possível estrutura, mas precisava da liberdade de poder mudá-la durante o processo de produção, oferecida por tal classificação de documentário.

Dessa forma, a partir de um método de produção direta, a confecção deste videodocumentário e os rumos de seu desenvolvimento puderam variar, pois a realidade representada nele também foi variável, se mostrando muitas vezes diferente das expectativas e, não necessariamente, menos interessante ou passível de ser documentada.

No que se refere à escolha da temática, esta foi motivada pela curiosidade em saber como as lendas urbanas, visto que são boatos, acabam tornando-se parte do imaginário social, sendo motivo de mudanças de hábitos, ou até responsáveis pela

⁷ Aquele que não segue um roteiro pré-estabelecido, em que a ideia central explora um corpo-a-corpo com o real e se delinea à medida em que o trabalho de documentação já está sendo desenvolvido. (PUCCINI, 2009)

constituição de uma tradição. Também nos instigava o fato de como algumas dessas lendas acabam ganhando enorme repercussão nos meios de comunicação, principalmente na internet, e os efeitos disso na vida daqueles que recebem essas informações.

O caso da “cobra na piscina de bolinhas do Habib’s” até permeia o imaginário dos moradores de Uberlândia, a segunda maior cidade do estado de Minas Gerais. A história, contada ao longo dos anos, possui várias versões, mas os relatos apresentam algumas características em comum. De acordo com as narrativas mostradas no videodocumentário, uma criança havia morrido após ser picada por uma cobra em uma piscina de bolinhas, enquanto seus pais aguardavam o pedido em uma das lojas da rede de fast-food Habib’s. Depois dos boatos- que adquiriram *status* de verdade para grande parte dos moradores- a loja passou por uma crise, o que levou à redução no quadro de funcionários e prejuízos.

Esta e tantas outras lendas, bem como os mitos e boatos, surgem como um reflexo da vida em sociedade. Isso quer dizer que, por alguma razão, algumas informações ganham repercussão, credibilidade e, na maioria das vezes, dimensões e versões variadas. Os mitos, por exemplo, estão necessariamente ligados ao desconhecido, tratam de algo para o qual inicialmente não se tem palavras e, diferentemente das lendas urbanas e dos boatos, são mais reforçados pelo silêncio. Não são propagados por mera curiosidade ou efervescência do momento. Eles estão relacionados ao comportamento, ao modo de vida das pessoas e à existência de outro mundo, paralelo a este e que o ampara. De acordo com Armstrong (2005, p. 10),

o mito está relacionado ao sobrenatural e no mundo pré-moderno, a mitologia era indispensável para amparar as pessoas na busca pelo significado da vida. Os mitos são criados pela imaginação e em determinadas sociedades para ampliar os horizontes da vida humana em relação a existência de um mundo paralelo ao nosso.

No que se refere aos boatos, Renard (2007) explica que estes são equivalentes às lendas antigas e representam um pensamento social ou simbólico. Podem, ainda, tratar de informações não verificadas ou mesmo falsas, que se disseminam entre as pessoas porque se confia em quem as conta, seja um amigo, alguém socialmente “importante” ou a mídia. Vários elementos auxiliam no processo de difusão e legitimação das lendas urbanas como, por exemplo, a presença dos líderes de opinião.

Na ótica do autor, quando os boatos adquirem uma forma narrativa, de histórias, eles se tornam lendas urbanas. Estas lendas são urbanas não porque acontecem

necessariamente na região urbana, mas porque se referem à modernidade e pretendem “relatar os acontecimentos recentes cujos protagonistas são ‘contemporâneos’ dos narradores” (RENARD, 2007, p. 98).

Um boato ou uma lenda urbana é um enunciado ou uma narrativa breve, de criação anônima, que apresenta múltiplas variantes, de conteúdo surpreendente, contada como sendo verdadeira e recente em um meio social que exprime, simbolicamente, medos e aspirações. Da variedade de elementos que definem o boato resulta um método de pesquisa pluridimensional (RENARD, 2007, p. 98).

Apesar de estes conceitos apresentarem diferenças pontuais, no videodocumentário, seu uso foi feito de forma generalista já que no imaginário popular eles se confundem e são tratados como sinônimos em alguns momentos. Por isso, tentou-se abordá-los da maneira como são tratados pelos personagens (fontes) que narram a história.

Na cidade de Uberlândia, o caso da “cobra na piscina de bolinhas do Habib’s” apresenta-se como um exemplo de lenda urbana local que nasce no meio social e se legitima na disseminação da história pelo “boca-a-boca”. Em cada contexto, assume uma versão diferente, se adaptando e se propagando pelo imaginário dos moradores e se integrando à história regional.

A partir disso, o videodocumentário “Lenda urbana: cobra na piscina de bolinhas” pretende ser um instrumento para a proposição reflexiva de seus receptores, que leve à mudança na postura frente ao que é assunto popular e mesmo ao que é transmitido pelos meios de comunicação. Apresenta-se como o produto de um trabalho de pesquisa de opinião e retrato da realidade, fazendo um recorte da lenda elencada, que ainda hoje gera desconfianças na população acerca de sua veracidade.

Dessa forma, ao entender a lenda urbana como uma forma marginal, porém não menos eficaz de propagação da informação, seja esta verdadeira ou falsa, o videodocumentário busca analisar e desconstruir a lenda da “cobra na piscina de bolinhas do Habib’s” a partir de depoimentos dos envolvidos no caso.

Abordar esta lenda implicou no tratamento sobre a história, a memória, o medo e as consequências, concretas ou não, que a disseminação de histórias falsas podem acarretar em determinada sociedade. No caso da “cobra na piscina de bolinhas do Habib’s”, as quatro características de boato de Michel-Louis Rouquette (1990), transpostas às lendas urbanas por Renard (2007), puderam ser verificadas nos depoimentos colhidos. O caso se mostrou instável em relação às mutações sofridas no seu processo de disseminação e

negativo, pois está relacionado a algo ruim. Puderam ser observadas, ainda, a implicação e a atribuição, a primeira característica relacionada às consequências e aos indivíduos que foram afetados pelo seu conteúdo e a segunda à indefinição da fonte, que se mostrou oculta.

2 OBJETIVO

O objetivo geral do trabalho é tratar o tema "lenda urbana" em um vídeo documentário. Para isso, são necessários alguns objetivos específicos, que levam os produtores a atingir o objetivo principal. Desse modo, a narrativa videográfica e o gênero documentário foram explorados no tratamento do caso da cobra na piscina de bolinhas do Habib's e, ao mesmo tempo, funcionaram como um instrumento de alerta social, ao provocar questionamentos a respeito da temática retratada. O trabalho possibilitou, também, a investigação dos limites da disseminação de uma lenda e como esta pode interferir na vida das pessoas, ao permitir o conhecimento da opinião de leigos e especialistas acerca do tema lenda urbana e, especificamente, sobre a lenda em questão

3 JUSTIFICATIVA

O videodocumentário “Lenda urbana: cobra na piscina de bolinhas” refere-se a um produto original em relação ao tema abordado e a ao tratamento livre do material apreendido durante a apuração do tema. A proposta foge das produções comuns acerca das lendas urbanas, pois valoriza os personagens e suas falas e está longe de ser uma mídia sensacionalista, que aborda o assunto de maneira a aterrorizar ou chocar o espectador, como é o tratamento comum dado a essa temática.

O vídeo está veiculado na internet, mas nada impede que seja transmitido em emissoras de TV. O tempo de 30 minutos é fácil de ser encaixado nas grades de programação, principalmente na TV fechada. Além disso, as imagens captadas estão em alta definição, e, por isso, não comprometem a qualidade técnica televisiva.

Dessa forma, o videodocumentário produzido é mercadologicamente viável, na medida em que seu tema é atrativo a um amplo público, de qualquer idade, e os investimentos nele implantados são de fácil acesso e/ou aquisição e estiveram de acordo com os objetivos propostos e com os recursos da equipe.

Escapar da mera reprodução de conteúdos, do senso comum e das referências estereotipadas, para propor a discussão acerca das lendas urbanas, na forma de um gênero de tratamento das realidades (não-ficcional), refere-se ao caráter inovador do

vídeodocumentário. Com isso, a relevância com relação à abordagem da temática está em estimular a produção de outros materiais que provoquem os mesmos questionamentos no público, direta ou indiretamente.

O vídeo almeja, também, alertar sobre produções midiáticas que comumente não passam por rigorosa apuração. Isso porque durante a produção do vídeodocumentário, percebe-se como as mídias em alguns momentos se qualificam como instrumentos potencializadores dessas disseminações ou determinantes na crença dos indivíduos em casos não comprovados. Dessa forma, aponta para a necessidade do trabalho jornalístico ético e de qualidade, no sentido de restaurar a credibilidade e o papel social dos meios de comunicação.

Além disso, confeccionar e divulgar o vídeodocumentário “Lenda urbana: cobra na piscina de bolinhas” refere-se, principalmente, a um trabalho de alerta social, já que busca instigar o ceticismo diante das informações que recebemos (tanto de outras pessoas, no convívio social, quanto da mídia) para que as realidades não sejam edificadas em boatos, mentiras ou lendas.

4 MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

A ideia original deste documentário era a abordagem de quatro casos considerados como lendas urbanas⁸, e as primeiras gravações realizadas referiram-se à lenda da cobra na piscina de bolinhas. Diante das inúmeras possibilidades de enfoque e da riqueza de elementos que atendiam aos objetivos propostos pelo trabalho, a primeira lenda apurada foi definida como tema geral do documentário, com um recorte que, ao mesmo tempo em que minimizou as dificuldades de gravação previstas, solucionou outras preocupações relacionadas à profundidade do tratamento do tema. As possibilidades de material sobre as quatro lendas inicialmente levantadas se mostraram, em um primeiro momento, amplas, mas o teor dos relatos redundava em alguns momentos, trazendo o impasse de fazer um produto leve, mas não superficial; e aprofundado, mas não repetitivo.

Como anteriormente mencionado, o método de trabalho é o de produção de documentário direto, modelo baseado em uma orientação simples e flexível, com filmagens livres e uma densa etapa de pós-produção. Dessa forma, idealizar o vídeodocumentário só foi possível quando a maior parte dos depoimentos foi coletada. O roteiro, por exemplo, foi

⁸ Os outros três casos inicialmente pensados para o trabalho foram: chupa-cabras, ratazana no supermercado e ET de Varginha.

elaborado às prévias da edição, mas esteve passível de alterações a qualquer momento. Com a conclusão do processo, o grupo não faria diferente, pois se identificou com o resultado de um trabalho espontâneo e não linear, orientado pelos diferentes personagens e falas e pela consonância entre o material coletado (depoimentos, entrevistas e imagens) e o que o grupo almejava abordar no videodocumentário.

Todos os processos envolvidos na produção do documentário foram realizados pelos integrantes do grupo, com a orientação do professor. Não foram necessários técnicos, pois havia a vontade de todos em dar corpo a um produto totalmente autoral, com as ideias, estilos e técnicas dos próprios alunos, que aprenderam e aprimoraram a teoria apreendida durante o curso e colocada em prática durante a disciplina Projeto Experimental.

Durante todo o processo de gravações, as orientações do professor conseguiram atentar os alunos para demandas comuns das produções audiovisuais até então despercebidas ou desconhecidas como, por exemplo, noções sobre a harmonia no estilo de filmagem, sobre a importância de fontes “credenciadas”, ou mesmo sobre a necessidade de imagens de apoio, que serviriam para a cobertura de *offs*, dando ao documentário momentos de “respiro”. Com isso, garantiu-se a liberdade criativa, tornando o produto final, de fato, um trabalho de experimentação.

5 DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO

O tempo do videodocumentário é de 30 minutos. Para valorizar os personagens, as filmagens buscam focar mais os rostos e expressões desses indivíduos. Como um produto experimental, as falas e entonações priorizam a narrativa e a escolha por mostrar os entrevistados com essas características pessoais busca a naturalização e humanização dos relatos. A dinamicidade entre imagens é proposta pela alternância das falas, para que os personagens contribuam em momentos diferentes e para que as falas muito extensas não deixem o documentário cansativo.

Não existe linearidade ao contar a história, são os relatos que a constrói e, por se tratar de um só assunto do início ao fim, as falas tiveram de ser recortadas na tentativa de agrupá-las em “sub-assuntos”, o que também valorizou a dinamicidade da organização do produto. Também optou-se por reduzir ao máximo o número de *offs*, que totalizaram sete, para, de fato, dar enfoque aos depoimentos.

O uso da câmera constantemente em movimento ou até tremida faz apelo à realidade. Essa opção estética se incorpora à narrativa, criando maior proximidade com o

espectador. As trepidações são, propositalmente, mais frequentes no início, o que gera a sensação de tensão e incômodo, já que a lenda é tratada como verdade durante os cinco minutos que antecedem a vinheta de abertura. Os entrevistados são abordados em um momento rotineiro (durante o trabalho, à caminho de tarefas cotidianas etc.) e são desafiados a resgatar na memória suas lembranças sobre a lenda da “cobra na piscina de bolinhas do Habib’s”. Esse resgate na lembrança deixou explícitas algumas feições, capturadas no momento da gravação e muito valorizadas como demonstração de dúvida sobre o assunto.

Na fuga do formalismo sugerido nos documentários clássicos, as cenas captadas, sem uso do tripé fixo, conferem espontaneidade, veracidade e autenticidade ao produto e, segundo Donato (2009), este recurso é comumente utilizado pelo cinema quando o filme almeja aproximar-se do gênero documentário⁹.

No processo de edição, o esqueleto foi dividido em oito blocos, escolha quase imperceptível a quem o assiste. Não há demarcação de áudio ou vídeo onde começa ou termina cada bloco. Essa divisão foi proposta para que os depoimentos se estruturassem e se amarrassem. O início é a única divisão perceptível no tratamento da lenda. Ele se refere a uma seleção de partes de alguns depoimentos, aparentando que o caso se refere a um acontecimento real. É o momento que toma a lenda como verdade e foi assim elaborado para provocar certa tensão no espectador. A duração desse bloco é de aproximadamente cinco minutos, e é só depois dessa parte que o documentário de fato se inicia, com título e vinheta. Só após o título que o espectador descobre que o caso narrado durante cinco minutos não é verdade.

O desenvolvimento do videodocumentário segue no tratamento da construção da lenda no imaginário das pessoas que ouviram falar do caso da “cobra na piscina de bolinhas do Habib’s”. São depoimentos diferentes, ou seja, diferentes versões para um mesmo fato, o que sugere a imprecisão característica do conceito de lenda urbana. Ainda neste momento, alguns funcionários do Habib’s retomam a história de acordo com a vivência no estabelecimento. Nem com os próprios funcionários há consenso sobre como "aconteceu" a história.

A terceira etapa é norteadada pelo questionamento acerca da possibilidade de que a concorrência possa estar relacionada à criação da lenda. Essa parte é um exemplo de quando a história sugere inserções no que se tinha como ideia inicial. Antes de se iniciar a

⁹ De acordo com o autor, esta ausência de formalismo técnico surge com um movimento europeu de produção cinematográfica, da década de 1950, conhecido como “cinema-verdade”.

produção, nunca se pensou em um enfoque como este, mas foi a frequência e o grande número de entrevistados que tocaram nesse assunto que sugeriram que o fator "concorrência" fosse segmentado como um dos blocos.

Na tentativa de inverter a linearidade no tratamento do caso, as teorizações acerca das lendas urbanas, de forma geral, são encontradas na quarta parte e são seguidas por vídeos e imagens sobre outras lendas em suas versões divulgadas na internet, que mostram como as repercussões sobre fatos "duvidosos" são comuns na mídia e em fóruns virtuais. Em seguida, a lenda da cobra é retomada em suas variações (diferentes adaptações, regiões ou estabelecimentos).

Na sequência dessa abordagem, uma pergunta implícita orienta os relatos: como a lenda se espalha e consegue essa repercussão? Isso dá continuidade à história, pois aponta para o aspecto do caso hoje, na internet ou mesmo no comportamento dos clientes do estabelecimento.

Estas etapas caminham para a conclusão do videodocumentário. As falas dos especialistas apontam para a improbabilidade do acontecimento, mostrando como as pessoas estão à mercê deste tipo de histórias fantasiosas e como suas subjetividades, seus medos e inseguranças colaboram para que as lendas sejam disseminadas. Dessa forma, a construção do videodocumentário e a maneira como é proposta a conclusão do caso pretendem fomentar as indagações de quem o assiste acerca das muitas e diversas informações recebidas. O destaque para esse objetivo de apelo social é dado pela inserção de imagens e do off: "Em todos esses casos, faltam perguntas. Perguntas simples como: isso é mesmo verdade?, devo acreditar nessa versão do fato?, existem provas? Temer ou mudar o hábito é um caminho mais fácil do que duvidar e buscar novas fontes. Afinal, não é todo dia em que aparecem cobras em piscinas de bolinhas. Essa criança deveria ter um nome", que finaliza o vídeo propondo um pensamento que continue após o fim do documentário.

6 CONSIDERAÇÕES

As vozes enunciativas do "Lenda urbana: cobra na piscina de bolinhas" podem ser percebidas nas falas dos personagens e é este recurso que guia a história. As experiências ou as impressões sobre o caso se tornaram a fonte de referência mais importante do videodocumentário e, por isso, é perceptível o trabalho de análise dessas falas a partir de outros depoimentos. Com isso, algumas perguntas começaram a ser realizadas e mesmo que a apuração não fosse o objetivo, um pequeno trabalho investigativo

que contestava a veracidade dos fatos, se fez necessário. Eram tantas pessoas demonstrando crença no fato e apenas a própria empresa atingida e prejudicada compondo contrapontos que até o grupo pensou, por alguns momentos iniciais, estar "comprando" uma retaliação de um fato em prol da reconstrução da reputação do Habib's, o que não foi o caso.

Ficou, então, à cargo dos especialistas (bombeiro, bióloga, psicólogo...), a desconstrução da narração da lenda feita por aqueles que nela acreditam. Foram eles que tentaram explicar o envolvimento e a crença das pessoas em histórias absurdas, bem como os motivos que justificam essa prática. Durante a edição, a todo momento, tentou-se intercalar depoimentos que se confrontavam para deixar claro o processo de desconstrução da referida lenda.

Com base nessas definições, a narrativa do documentário ofereceu ao tema proposto das lendas urbanas possibilidades de ir além da ficção ou da mera reprodução da realidade, sem se prender às amarras técnicas da produção de uma grande-reportagem. Os depoimentos são incertos, mutáveis, a vítima não foi identificada e o acontecimento nunca foi provado, mas, por meio do videodocumentário, tornou-se possível explorar a lenda a partir de diferentes representações. A edição não linear e o tratamento autoral dado à entrevistas e imagens culminou em um trabalho ousado, diferente e, de fato, experimental.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ARMSTRONG, Karen. **Breve história do mito**. São Paulo: Companhia das Letras, 2005.

DONATO, David S. **Edição no cinema e no cotidiano: o sentido através do corte**. 2009. Disponível em: <http://stoa.usp.br/ecaberta/files/-1/11923/Edicao+no+Cinema+e+no+Cotidiano.pdf>. Acesso em: 9 jul. 2012.

NICHOLS, Bill. **Introdução ao documentário**. Tradução de Mônica Saddy Martins. Campinas: Papyrus, 2005. Título original: Introduction to documentary.

PUCINI, Sérgio. **Roteiro de documentário: da pré-produção à pós-produção**. Coleção Campo Imagético. Campinas: Papyrus, 2009.

RAMOS, Fernão Pessoa. **Mas Afinal, o que é mesmo documentário?** Disponível em <http://migre.me/eAfwT>. Acesso em 4 jun. 2012.

RENARD, Jean-Bruno. **Um gênero comunicacional: os boatos e as lendas urbanas**. 2007. Disponível em: <<http://200.144.189.42/ojs/index.php/famecos/article/view/1979/1794>>. Acesso em: 26 out. 2011.