

Rumores y leyendas urbanas en Internet

Francisco Javier Cortazar Rodríguez
Departamento de Estudios Socio-Urbanos
Universidad de Guadalajara
Mayo 2004
fcovier@yahoo.com

Resumen

En este trabajo se resumen algunas de los principales tipos de leyendas urbanas y rumores que circulan *a través de* y *sobre* Internet, y se ofrecen algunas consideraciones para su análisis ya que nos permiten conocer los imaginarios colectivos, los miedos, temores y esperanzas de diversos grupos sociales en un momento dado a través del uso que se hace de Internet.

Introducción

Las leyendas urbanas y los rumores que circulan en Internet se encuentran anclados en la tradición oral y en el folclore de las sociedades. Su difusión se ha “modernizado” al circular de forma electrónica a través de las herramientas de comunicación que ofrece Internet.

En efecto, rumores y leyendas urbanas se encuentran próximas a los mitos, leyendas, cuentos, chistes, trabalenguas, argot y coplas populares de las sociedades pre-modernas. Su estudio nos permite entender sus rituales, ceremonias y costumbres, es decir, aquello que vale la pena ser celebrado, contado, censurado y festejado. Forman parte del bagaje cultural de la gente común a través de las cuales se aprenden las lecciones morales que sancionan el bien y el mal, son *historias ejemplares* que enseñan y educan de forma didáctica, estética, emocional o recreativa sobre normas sociales y demuestran cómo ha evolucionado la sociedad a través del tiempo.

Leyendas urbanas y rumores

La expresión “leyenda urbana” (del inglés *urban legends*) surgió entre los años 1970-1980 entre los folcloristas norteamericanos para designar las anécdotas de la vida moderna contadas como verdaderas pero que en realidad son falsas o dudosas. La palabra “urbano” no debe ser tomado como sinónimo de “citadino” sino como sinónimo de “moderno”, la ciudad como emblema de la modernidad. De forma que la creación de leyendas continua aún en nuestros días bajo una forma adaptada a nuestras sociedades contemporáneas (Campion-Vincent y Renard 2002).

Una *legenda urbana* es una anécdota de la vida moderna, de origen anónimo, que presenta múltiples variantes, con contenido sorpresivo pero falso o dudoso, narrado como verdadero y reciente en un medio social del que expresa simbólicamente los miedos y las aspiraciones. El mismo pensamiento simbólico se expresa bajo la forma de una narración (la leyenda) o bajo la forma de un enunciado, de una proposición (el rumor). Un rumor puede transformarse en una narración legendaria o, inversamente, una leyenda puede simplificarse, reducirse a un enunciado. En esta ponencia emplearemos a ambos términos como sinónimos, sin entrar en una discusión sobre la identidad, proximidad o diferencias

entre ambas nociones¹. Tanto los rumores como las leyendas urbanas son creaciones colectivas, donde cada individuo interviene añadiendo, acentuando o suprimiendo aspectos de la narración y están lejos de ser la creación de individuos anónimos con fines difamatorios.

¿Cómo reconocer una leyenda urbana o un rumor? Existen dos tipos de criterios a partir de los cuales las podemos identificar: la existencia de variantes, de las cuales algunas son muy viejas, y la falsedad de los hechos relatados. Las leyendas urbanas y los rumores son *percibidos* como verdaderos o como que proporcionan informaciones exactas. La leyenda urbana es una historia ficticia con apariencias de realidad. Realidad y ficción parecen indiscernibles, lo cual las hace objeto de estudio. Unas y otras traducen las angustias, los temores, las creencias y las esperanzas colectivas de una sociedad en un momento dado. En ocasiones las leyendas urbanas y los rumores, de ser falsos, se convierten en verdaderos, gracias a un mecanismo de *autorrealización*. La autorrealización se presenta al imitar dentro de la vida real los escenarios que el rumor señala.

A. Primer criterio: las variantes

Las historias que alguien nos cuenta, escuchadas por el amigo de un amigo, creídas como únicas, situadas en el espacio y en el tiempo llegan a ser contadas a propósito de alguien más, en otro lugar y en otro momento. A nivel folclórico las leyendas urbanas y los rumores forman parte de la tradición oral, donde cada transmisión modifica la historia. Hay *tres tipos de variantes*: las *estilísticas*, que son superficiales y revelan el estilo de cada narrador; las variantes *circunstanciales*, que son sustituciones mejor adaptadas al entorno cultural de los públicos sucesivos en los que circula la historia. La adaptación sigue igualmente la evolución técnica de cada sociedad; finalmente tenemos las variantes *profundas*, que son insuficientes para llegar a hablar de un nuevo tipo de leyenda sino más bien de versiones diferentes de un mismo relato.

Las leyendas urbanas y los rumores no circulan nada más de forma oral, podemos encontrarlas también de forma escrita: por afiches, notas de prensa o por Internet. Internet no sólo es un poderoso instrumento de difusión y circulación de leyendas urbanas y rumores, sino también de su desmitificación, tal y como testimonian los numerosos sitios dedicados a ellos (véase al final de la bibliografía).

Muchas leyendas son específicas de situaciones culturales e históricas particulares, pero también muchas de ellas son de difusión internacional.

B. Segundo criterio: las historias son parcial o totalmente falsas

Las leyendas urbanas no son “verdaderas” sino que son contadas como verdaderas. Las leyendas urbanas parecen verdaderas por que plantean un escenario ordinario, la presencia de objetos de la vida cotidiana, la referencia a lugares comunes, la atribución de mala suerte acaecida al amigo de un amigo, todo ello suscita un efecto de realidad. El final de la historia, siempre sorprendente, permanece en el dominio de lo posible. El investigador de leyendas urbanas debe remontar y consultar las pretendidas fuentes a las

¹ Los interesados pueden remitirse a la bibliografía o a los sitios Web recomendados al final de este trabajo.

que se les atribuyen la autenticación de los hechos. Lo ideal es descubrir los hechos reales que originaron la leyenda. Una leyenda, un rumor no nacen nunca de la nada.

Es necesario extender la expresión “rumores en Internet” en dos sentidos: como rumores que *tienen por objeto* Internet y rumores que *circulan a través de* Internet. Como toda tecnología nueva Internet ha suscitado un cortejo de rumores y anécdotas sobre su uso.

En primer lugar encontramos los rumores y las leyendas modernas que meten en escena el correo electrónico o el Web. Estas anécdotas expresan los miedos y fantasías asociadas a este nueva herramienta de comunicación. En segundo lugar mostraremos cómo Internet juega un papel de primera importancia en la difusión de rumores, multiplicando el poder “de boca a boca”.

Internet como objeto de rumores

Los rumores que acompañan toda innovación tecnológica obedecen a un principio general que dice que todo avance tecnológico tiene un precio a pagar en alguna parte (como los sartenes de teflón o los hornos de microondas). Estos tipos de rumores son de dos tipos. El primero es de tipo “negro”, el segundo es de tipo “rosa”. Los rumores negros son aquellos que hablan de un precio a pagar, literal, por la utilización de la Red, como aquel que circuló a principios de los años noventa, en que se decía que la Casa Blanca pensaba cobrar un impuesto por los modems de conexión a Internet, lo cual va a contracorriente de la gratuidad de acceso a Internet. Los rumores rosas son aquellos que pregonan que utilizar Internet nos traerá beneficios económicos, como el rumor que hablaba de que Microsoft enviaría un cheque a cada persona que enviara un mail específico, entre a más personas se le enviara ese correo más dinero se recibiría. En general se trata de rumores que pregonan un enriquecimiento rápido y con un mínimo de esfuerzo.

Muchos rumores dejan entrever la idea que la mayoría de los usuarios tienen de la computadora y de la Red: algo casi mágico que se nos escapa de las manos y que tiene consecuencias tecnológicas y morales. Un rumor que data de principios de los años noventa habla de un strip-tease, donde una mujer se desnuda ante la cámara de su PC y se la envía a su amante de la oficina donde ambos trabajan. Por inadvertencia el desnudo es enviado a todos los empleados de la compañía. La moral de la historia señala el castigo que se le infringe a la mujer, la cual es doblemente castigada: primero sugiriendo que las mujeres son tontas para manejar la tecnología, en segundo lugar al presentarlas como inmorales (la mujer es amante de un hombre casado y se le muestra como de cascos ligeros). Recordemos que en la antigüedad las mujeres adúlteras eran exhibidas públicamente, aquí la justicia es inmanente y el castigo es dado a través de medios modernos. Por último, esta leyenda señala las fantasías voyeristas y exhibicionistas asociadas a Internet², que no se encuentran lejos de la idea de la “sociedad de la vigilancia” o del “Big Brother”. A principios del año 2000 la prensa de todo el mundo dio a conocer la existencia de la red de vigilancia planetaria Echelon. Cibernautas de todo el mundo hicieron circular una cadena de mensajes en la que se pretendía “quemar” la red

² En la película norteamericana *American Pie*, dirigida por Paul Weitz en 1999, una escena semejante es retransmitida por error a toda la Intranet de la secundaria.

mediante el envío masivo de cartas que contuvieran palabras susceptibles de ser interceptadas por Echelon. Aquí encontramos la idea de la comunidad de Internautas como nuevo poder capaz de oponerse por su simple acción a los poderes planetarios.

Otros rumores asociados a las leyendas negras de Internet están asociados a la revuelta de los robots (tema de la ciencia ficción) como el diálogo entre máquinas que actúan como seres humanos. Uno de los rumores más expandidos sobre Internet reside en la analogía entre la existencia de virus que atacan al hombre y los virus informáticos que atacan a las computadoras. De hecho, este tipo de rumores son de los más expandidos sobre Internet. Con frecuencia estos rumores parecen provenir de fuentes autorizadas: “Alerta de virus de IBM”. Otros rumores se autorealizan a través de las acciones de los propios usuarios, como aquel rumor sobre un supuesto virus “dormido” en la PC del usuario y que se activaría a un momento determinado. En ese rumor se daban instrucciones para eliminarlo de la PC, pero al hacerlo el usuario borraba un archivo utilitario verdadero que nada tenía que ver con un virus. Otro rumor advertía al utilizador de la PC que su máquina acababa de ser contaminada por un virus y le sugería reformatear de inmediato el disco duro. Al hacerlo el usuario perdía así toda su información.

Otro rumor “negro” es aquel que habla de la existencia de un asesino en serie que escoge a sus víctimas a través de Internet (*online serial killer*). El rumor data de mediados de los años noventa. El origen del rumor se remonta a un cuento por entregas difundido por Internet. Extraído de su contexto original la información se convirtió en rumor. En 1995 se difundió un episodio de la serie *X-Files* donde un asesino en serie escogía a sus víctimas a través de un servicio de encuentros de parejas en Internet³. Podríamos denominar como *efecto de repetición* a este fenómeno en que la realidad (anuncios publicitarios, películas, series de televisión, etc.) se inspira de las leyendas urbanas para reproducirlas y reactualizarlas y viceversa. De ello hablaremos mas adelante.

Un último ejemplo es el mito de los ciberterroristas. Desde 1995, con una intensificación después del 11 de septiembre de 2001, se ha construido este mito. El rumor se emparenta con las nuevas formas de crímenes que surgen alrededor de nuevas tecnologías (fraudes con tarjetas de crédito, falsos cajeros automáticos, engaños al marcar ciertas teclas de los teléfonos normales o de los celulares, etc.). A partir de las noticias policíacas alrededor de este tipo de hechos y por el aumento del terrorismo en el mundo últimamente se ha forjado la idea de la formación en tecnologías de punta por parte de los terroristas. Varios autores han mostrado cómo diversas fuentes han contribuido a crear esta idea: el cine de espionaje norteamericano, los discursos sobre seguridad interior de la administración americana y la prensa (Gil Calvo 2003, Valantin 2003, Yehya 2003).

Varios rumores hablan de la existencia de ciberterroristas: utilización de mensajes criptados, entrenamiento para volar aviones de línea comerciales a través de simuladores de vuelo, mensajes secretos escondidos en imágenes pornográficas o el descubrimiento

³ El episodio titulado originalmente “2SHY”, es decir “too shy”, “demasiado tímido”, está en lenguaje fonético simplificado, muy utilizado por aquellos familiarizados con la comunicación electrónica. Sería interesante saber qué inspiró a qué, si el rumor al capítulo de la serie o al revés, o bien si fueron solo simultáneos por obra de la casualidad.

de supuestos manuales para construir bombas nucleares en los archivos de computadoras descubiertos en bases de los taliban en 2001 en Afganistán (ésta última es aleccionadora, pues se trataba en realidad de la copia de un artículo publicado en 1979 en el *Jornaul des résultats non reproductibles*, una revista satírico-científica⁴). Otras amenazas de terroristas de última generación se refieren a la noticia ampliamente difundida por los medios sobre el inminente atentado contra los Estados Unidos por medio de una bomba radioactiva “sucía” o las posibles filtraciones, a través de la Red, a instalaciones eléctricas o centrales de transporte para provocar accidentes. La realidad hasta ahora es que el ciberterrorismo es antes que nada una fantasía pues hasta ahora los atentados reales se han efectuado por medio de viejos métodos y modestos recursos (cuchillos, bombas artesanales, pilas, teléfonos portátiles, verdaderos cursos de vuelo en verdaderas escuelas, trámites administrativos a través del correo tradicional, etc.).

Después del 11 de septiembre de septiembre de 2001 circularon muchísimos rumores a través de la Red, algunos de ellos fueron los siguientes: la cara del diablo retratada en medio del desastre (que testimonia la visión de la sociedad sobre el evento, visto como algo “diabólico”), la petición de prender una vela la noche del 17 de septiembre fuera de casa para realizar una fotografía por satélite (manifiesta una laicización de un evento religioso), el mensaje secreto contenido en la clave QF33NYC (supuesto numero de vuelo de uno de los aviones estrellados contra una de las torres más las siglas NYC: New York City) que transformado en la tipografía Wingdings da por resultado

✈️👉📄📄☠️✳️👍, la falsa profecía de Nostradamus que preveía el derrumbe de las torres y el inicio de la tercera guerra mundial (en realidad escrito en 1990 por Neil Marshall, un estudiante que realizo un estudio critico sobre las profecías de Nostradamus) o la supuesta foto rescatada de entre los escombros de un turista en lo alto de una de las torres, donde se ve a sus espaldas un avión a punto de estrellarse (en realidad un hábil fotomontaje: ninguna película habría podido soportar las altas temperaturas del incendio, el avión que se ve en la foto no corresponde a los de las líneas aéreas que se estrellaron contra las torres, así como otras incoherencias).

Otro tanto ha ocurrido en Madrid, donde se han disparado los rumores que testimonian del temor de la gente a sufrir un nuevo atentado (hombres con aspecto árabe advierten a algún español que les ha simpatizado: “no tome el tren mañana en Atocha”, “Si yo fuera usted yo no bebería Coca Cola a partir del 1 de abril”, etc.).

Hasta aquí estas leyendas han tenido por objeto Internet, al mismo tiempo que han circulado a través de él. Veamos ahora cómo Internet permite la circulación de rumores diversos.

Internet como vehículo de rumores

Con Internet y los teléfonos celulares los rumores han encontrado nuevos vehículos de transmisión, esto debido a que Internet se aproxima mucho al funcionamiento de la

⁴ En el artículo se lee, por ejemplo, que hay que dirigirse al grupo terrorista de su barrio para proveerse de plutonio y que es recomendable lavarse bien las manos después de usarlo. Al final se anunciaba el próximo artículo a ser publicado: “Cómo clonar a la mujer de su vecino en seis pasos” (Denis Delbecq, “Canular nucléaire”, *Libération*, 22 de noviembre de 2001, p. 8).

comunicación oral, como el de boca en boca y al teléfono. El estilo escrito de los correos electrónicos tiende a ser un estilo “escrito-oral”, una “hablar escrito”, o si se prefiere un “escribir hablado” (Bailly et.al. 2002, Mayans 2002). “Hola”, “Nos vemos” remplazan las fórmulas de cortesía al principio y al final de cada mensaje, las abreviaciones abundan, las faltas de ortografía son toleradas, hay muchos anglicismos y neologismos y los acentos tienden a desaparecer. La rapidez de transmisión reduce los tiempos entre el envío y la recepción de la respuesta, creando las condiciones del diálogo próximas a la conversación. Al mismo tiempo los documentos digitales permiten una relativa sustitución, hacer copias o dificultan la identificación entre lo que es verdadero y lo que es falso.

Paradójicamente este tipo de comunicación es despersonalizada: la tipografía uniformiza la escritura manuscrita y no hay firma personal que firme los mails. Al estar digitalizados los mensajes por Internet se encuentran separados de soporte material, original, histórico que permita su identificación y autenticación. Finalmente, Internet permite la difusión simultánea de un mensaje desde una fuente hacia una pluralidad de destinatarios.

Hay una identidad entre los rumores e Internet en tanto uno y otro obedecen a una necesidad de estar en circulación. En Internet un mensaje está hecho para circular, ya sea porque contiene una advertencia que es necesario difundir o una información que hay que compartir, ya sea porque de manera general Internet reposa sobre una ideología y una mitología de estar en red, de comunicar y de ser transparentes (Breton 2000, Flichy 2001).

Todas estas características –el estilo oral, la rapidez, el anonimato, las potencialidades de realizar trucajes o documentos falsos y la difusión múltiple- hacen de Internet y del correo electrónico medios idóneos de transmisión de rumores.

Podemos enumerar *siete tipos de mensajes rumorales* que circulan en Internet:

- Las alertas sobre virus informáticos (verdaderos o falsos).
- Las cadenas mágicas o supersticiosas (forma electrónica de las antiguas cadenas de cartas)
- Las cadenas de solidaridad (niños enfermos, niños desaparecidos, etc.).
- Las peticiones (p.e.: las mujeres afganas, bosques brasileños, etc.)
- Los rumores propiamente dichos (falsas informaciones, tomaduras de pelo, engaños).
- Las legendas urbanas (pseudo notas policíacas)
- Las historias divertidas, fotos o dibujos humorísticos (bromas, parodias, etc.).

Algunos mensajes acumulan varios de estos tipos (como el “cheque de Microsoft”, que es tanto una cadena que no debe romperse como un rumor que contiene falsas informaciones).

Las *cadenas mágicas* son la reactualización de las antiguas cadenas de cartas fotocopiadas que iban de domicilio en domicilio años atrás. Sus contenidos se han actualizado, prometen que entre a más personas sea enviado el mensaje mayor será la

felicidad prometida. Estas cartas presentan numerosas variantes que testimonian de su actualización de acuerdo a su contexto, de forma que hay versiones de una misma carta en francés, inglés o español e incluso para diferentes países: Argentina, México, España, Colombia, etc.

Las *cadenas de solidaridad* dan cuenta del imaginario social sobre Internet, y los Internautas, como comunidad solidaria que por su simple movilización logra llevar el bien a personas con las que nunca se ha tenido contacto. Esta “movilización”, por medio de clics, se presenta en las cadenas de solidaridad reenviando peticiones percibidas como justas por los usuarios. En realidad la mayoría de ellas son rumores pues no contienen referencias precisas sobre los nombres y lugares señalados. Algunos rumores famosos son los casos de “Craig Shergold” y “Solidaridad con Brian”. El primero corresponde a un caso verdadero ocurrido en 1989, el niño en cuestión se recuperó dos años después pero el rumor reaparece aun cada cierto tiempo. El segundo caso es falso, ese mensaje no da referencias precisas ni datos que puedan corroborar la información. A pesar de haber sido desmentido en múltiples ocasiones el rumor persiste. Las cadenas de solidaridad son el tipo de rumores que presentan una vida media más larga respecto al resto, que suelen ser desmentidos con más frecuencia.

Las *peticiones* se alimentan del mismo sentimiento de solidaridad del que se nutren las cadenas de cartas: promover la justicia, movilizarse, enfrentarse al horror de pueblos bárbaros, etc. Tal ha sido el caso de rumores como el de las mujeres afganas. El problema de tales peticiones es que circulan a través del correo electrónico recolectando firmas, de forma que al no centralizarse en un solo sitio éstas se dispersan y quedan sin efecto alguno⁵.

Los *rumores propiamente dichos* exponen hipótesis y teorías presentadas como certitudes concernientes a hechos inexplicados o no completamente explicados. Suelen presentar variantes de las teorías del complot (“algo se nos oculta”). Ejemplos: el avión de la TWA fue derribado por un misil en 1996, la llegada del hombre a la luna es cuestionada a partir del “análisis” de fotos, lo mismo que el choque de un avión comercial contra el Pentágono el 11 de septiembre. Otros rumores retratan preocupaciones cotidianas o simples desinformaciones: el reciente atentado terrorista sufrido en Madrid ha desatado rumores sobre el miedo a ser nuevamente el blanco de más ataques (un hombre con aspecto árabe le dice a un español: “yo no bebería Coca Cola después del primero de abril”, “No vaya a Atocha en tal fecha”). Una buena fuente de desinformación está constituida por los grupos de discusión, donde la gente repite y retoma aquello que ha oído.

⁵ Podemos comparar los rumores que circulan de uno a otro correo electrónico con las famosas cadenas de cartas. En nuestro hogar seguramente todos hemos recibido alguna vez una carta anónima en la que se nos pide fotocopiarla y enviarla a 10 personas más para que, de esta forma, recibamos fortuna o, en caso contrario, si no las enviamos sufriremos una desgracia. Basta hacer una simple operación matemática para darnos cuenta de su amplitud en Internet. Si enviamos el correo electrónico respectivo a diez personas y cada una de estas a otras diez al cabo de la sexta generación la habrán recibido 1 millón de personas. En el caso de las peticiones al firmar un correo con nuestro nombre ésta se irá a, digamos, 10 personas, que le agregarán su nombre bajo el nuestro. De forma que tendremos diez mensajes nuevos con nuestro nombre y diez nombres nuevos en diez diferentes cartas y así de forma sucesiva.

Las *leyendas urbanas* circulan ampliamente por Internet. Las leyendas urbanas suelen tener una vena moralista que les es propia y se encuentran muy próximas de las notas policíacas de los periódicos. Existe una amplia variedad de tipos de leyendas urbanas como los medios alimenticios (las hamburguesas tienen carne de rata, los pollos de la cadena Kentucky Friend Chicken son bultos sin patas, el hombre infectado de SIDA que cayó dentro de un contenedor de Coca Cola y las botellas están infectadas, etc.), los miedos a la tecnología (las ondas electromagnéticas de los teléfonos celulares provocan cáncer, los videojuegos provocan epilepsia y actitudes violentas, los hornos de microondas son peligrosos para la salud), el miedo al extranjero (el famoso “Rumor de Orleans”, según el cual comerciantes judíos secuestraban jovencitas⁶), lo sobrenatural (historias de aparecidos), los peligros de la vida moderna (agujas infectadas de SIDA en los asientos de los cines, jovencitas drogadas con bebidas adulteradas en las discotecas, hombres que encuentran en el espejo del baño avisos de que han sido infectados de SIDA por una joven con la que pasaron una noche de romance, dulces o calcomanías para niños a las afueras de las escuelas con droga, etc.) y un lago etcétera (Renard 1999, Renard y Campio-Vincent 1998, Renard y Campion-Vincent 2002, Craughwell 2000, Villegas 1999).

Los *chistes* y las *imágenes rumorales*. Esta última categoría de mensajes producto de la creación popular no implican necesariamente la creencia en la verdad de estas informaciones. Con frecuencia la frontera es difícil de trazar: algunas personas toman a las historias divertidas como una historia verdadera o un fotomontaje como un documento auténtico. Aunque generalmente se trata de divertimientos que los Internautas se transmiten unos a otros con el único fin de hacer reír. En este punto nos encontramos fuera del campo de los rumores y las leyendas urbanas. Este ciberfolclore ocupa una plaza importante dentro del volumen generado por el correo electrónico, a los textos se añaden dibujos realistas o imágenes trucadas o manipuladas. Conforme a la función catártica del humor, las situaciones de angustia suscitan toda una producción folclórica. Mientras que las bromas, chistes o historias divertidas pueden circular por transmisión oral, las imágenes humorísticas son más específicas de Internet. Las imágenes son rumorales en la medida en que se asemejan a los rumores: su autor es anónimo, circulan por copias sucesivas y parecen ser reales. Las razones por las que circulan, sean falsas o verdaderas, siniestras o divertidas, absurdas o sentenciosas, hay que buscarlas en que son el estandarte de una narrativa siempre en renovación, son un escenario resumido en una sola imagen y, por diversas que ellas sean se asemejan en un punto: nos cuentan algo (Froissart 2002).

Leyendas urbanas y rumores en la sociedad contemporánea

El primer rumor que circulo en Internet fue en 1988, se trataba del aviso de un (falso) virus que circulaba por e-mail, según podemos leer en la página Web de la Oficina de Incidentes en Seguridad Informática, del Departamento de Energía de los Estados Unidos (hoaxbusters.ciac.org). Después el número de rumores en circulación no ha dejado de aumentar. Los primeros trabajos que conceptualizan el término de rumor son los del alemán Louis William Stern, en 1902, en el marco de sus trabajos sobre los testimonios (Renard 1999).

⁶ Edgar Morin (1969) *La rumeur d'Orleans*, Paris, Seuil.

Los rumores son con frecuencia irreverentes y en esa medida son una expresión de la opinión pública. Los rumores y las leyendas urbanas son una producción social espontánea, sin diseño ni estrategia preconcebidas. Por la forma en que viajan, evolucionan y se propagan, tanto los rumores y las leyendas urbanas, se asemejan al “teléfono descompuesto” que juegan (jugaban) los niños. En su camino, de oreja a oreja o de e-mail en e-mail, sufren distorsiones, correcciones y adaptaciones. Al final lo que menos importa es la fuente original o el autor, lo que importa es el contenido de la “información”, que parezca verdad, verosímil, creíble. Hay varios indicios que nos señalan que estamos ante la presencia de un rumor, entre ellos: el encabezado o título del mensaje (“Envía este mensaje a todas las personas que conozcas”), la ambigüedad de nombres y lugares citados que sin embargo le otorgan parte de su credibilidad, el estilo de la escritura (la presencia de faltas de ortografía, el uso de mayúsculas destinadas a llamar la atención, signos de exclamación seguidos unos de otros) y el tono catastrofista de los hechos que invitan al lector a reaccionar con rapidez.

Podemos reconocer los elementos que lo hacen verosímil, creíble. Primero, se trata de un mensaje escrito de forma anónima, pues no contiene firma alguna, se trata de un mensaje “altruista” que desea caritativamente prevenir a la gente de un posible peligro. El segundo elemento tiene que ver con el tipo de leyenda urbana al que hace referencia. Desde su aparición el SIDA no ha dejado de despertar y alimentar los temores de la gente, una de estas variantes es el relato urbano donde “el amigo de un amigo” tuvo relaciones con una chica guapísima que conoció en un bar y a la mañana siguiente, al despertarse, se dio cuenta que la chica había partido no sin antes dejarle un recado en el baño donde le anunciaba que acababa de ser infectado con el VIH. Por su nomenclatura se trata de una “historia ejemplar”, es decir, pretende educar de forma moral a través del ejemplo, a través de la punición a las personas que “hacen mal”, en un caso se “castiga” al joven que ha tenido relaciones sin estar casado, en el caso de la leyenda urbana de las agujas infectadas con SIDA en los asientos de los cines se alecciona a la gente (¿no deberían estar trabajando o haciendo algo más “productivo”?).

Este rumor cae también en la categoría de “peligros de la vida moderna” o “peligros de la tecnología” en la medida en que la gente en la sala del cine ha sido infectada con el SIDA (enfermedad de reciente aparición, de la que aún hay debate sobre su origen: recuérdese que uno de los mitos que circulan es que es una enfermedad inventada por el gobierno norteamericano que “escapo” de uno de sus laboratorios) a través de la aguja de una jeringa (instrumentos que se asocian al horror de mucha gente hacia las inyecciones, por una parte, y a ser asociados con instrumentos de uso para drogadictos, por la otra parte). El tercer elemento, tal vez el más importante para hacerlo verosímil, es que suelen contener información que es “sancionada” por instancias “oficiales” (de carácter médico o por la policía), lo cual les otorga “oficialidad”.

Es así cómo circulan los rumores en Internet, sin que nada parezca detenerlos, donde de un solo “clic” del ratón basta para mandarlo a otros. Después de haber hecho su camino toma otras vías, otras apariencias. Después se calma y en ocasiones se extingue. Los rumores mueren, pero a veces resucitan, casi siempre. Se vuelven a poner al gusto del

día. Historia de adaptarse a los nuevos tiempos. En Internet existen diversas formas de desencadenar un rumor: una página Web que plantea una pregunta llena de sobrentendidos, foros de discusión que reciben “testimonios” repetitivos y semejantes que “salen” del forum para ser retomados por algunos medios de comunicación, los correos que se mandan los empleados al interior de una empresa, etc.

La gran mayoría de rumores los que se expanden a través de Internet ya existían con anterioridad en el “mundo real”, pero ¿existen rumores propios a Internet? Los más comunes son aquellos que tratan de virus informáticos y herramientas (como el Messenger, de Hotmail), así como los que tratan de la falta de seguridad en las transacciones *on line*. La desmaterialización de los soportes a abierto la vía a una baja en nuestras formas de discernimiento crítico, sin embargo los rumores son también una forma de comunicación libre. En todo caso, los rumores y los mitos urbanos nos ofrecen la posibilidad de ver y analizar los miedos, temores, angustias y fantasías que afectan a la gente en su medio social.

Conclusiones

Las leyendas urbanas y rumores enriquecen la realidad al volverla más interesante y testimonian sobre la capacidad de adaptación de la gente para que la realidad funcione con información errónea y sobre las creencias de la gente normal. La *narrativa folclórica* contemporánea cumple funciones psicológicas y sociales que hacen que su contenido aparezca como verdadero, interesante, importante y necesario.

Los rumores y las leyendas urbanas nos dicen que la realidad no parece ser lo que es (la vida cotidiana esta llena de peligros, los medias y el gobierno ocultan cosas), permiten verbalizar, expresar e ilustrar problemas sentidos como importantes, cumplen una función normativa, de enseñanza moral y aleccionadora y reactivan motivos simbólicos antiguos del imaginario colectivo (emparentados con los cuentos, historias, leyendas y mitos de épocas pasadas).

Finalmente podemos señalar tres constantes entre los antiguos rumores que circulaban de boca en boca y los modernos rumores que circulan por Internet: el miedo a las innovaciones tecnológicas (los autos, el avión y los trenes fueron muy cuestionados e su tiempo, así como la radio y la televisión, hoy lo son los teléfonos portátiles y la Red), hay un aumento en los rumores relacionados con la inseguridad de la vida moderna: delincuencia, pedofilia, atentados, y la importancia de Internet como objeto de rumores, como medio de difusión y como sistema de lucha contra ellos.

Bibliografía

- Bailly, F., M. Blanc, T. Dezalay y C. Peyrard (2002), *Pratiques professionnelles et usages des écrits électroniques*, Paris: L’Harmattan.
- Breton, Philippe (2000), *Le culte de l’Internet. Une menace pour le lien social ?*, Paris: La Découverte.
- Campion-Vincent, Véronique y Jean-Bruno Renard (1998), *Légendes urbaines. Rumeurs d’aujourd’hui*, Paris: Payot.

- Campion-Vincent, Véronique y Jean-Bruno Renard (2002), *De Source sûre. Nouvelles rumeurs d'aujourd'hui*, Paris: Payot.
- Craughwell, Thomas J. (2000), *The baby on the car and 222 more urban legends*, Nueva York: Black Dog & Leventhal Publishers (1ª. Edición: 1956).
- Froissart, Pascal, "Les images rumorales. Une nouvelle imagerie populaire sur Internet", en *Média Morphoses*, No. 5, Junio 2002, p. 27-35.
- Gil Calvo, Enrique (2003), *El miedo es el mensaje. Riesgo, incertidumbre y medios de comunicacion*, Madrid: Alianza.
- Mayans, Joan (2003), *Género chat. O cómo la etnografía puso un pie en el ciberespacio*, Barcelona: Gédisa.
- Morin, Edgar (1969), *La rumeur d'Orléans*, Paris: Seuil.
- Renard, Jean-Bruno (1999), *Rumeurs et légendes urbaines*, Paris: PUF, Col. "Que sais-je" No. 3445.
- Valantin, Jean-Michel (2003), *Hollywood, le Pentagone et Washington. Les trois acteurs d'une stratégie globale*, Paris: Autrement.
- Villegas López, Rebeca, "Leyendas ciberurbanas, un nuevo medio, las mismas viejas historias", en *Hipertextos*, No. 4, Febrero de 1999. <http://www.mty.itesm.mx/dhcs/hiper-textos/04/becky/becky.html>
- Yehya, Naief (2003), *Guerra y propaganda. Medios masivos y mito bélico en Estados Unidos*, México-Barcelona: Paidós.

Recursos en Internet

Varios sitios ofrecen información y repertorios muy completos sobre los rumores que circulan por Internet, algunos de ellos son los siguientes:

<http://www.rompecadenas.com.ar/leyendas.htm> (en español). Sitio argentino sobre leyendas urbanas y rumores. Muy recomendable.

<http://club.telepolis.com/leyendasurbanas/> (en español). Sitio español enfocado principalmente a rumores de alarma social y misterios contemporáneos.

www.hoaxbusters.com (en francés). Sitio que verifica las bromas y rumores que circulan en el Internet francófono. Ofrece la definición de diversos tipos de rumores y entrevistas con investigadores especialistas en el tema así como falsas informaciones y sus desmentidos.

www.urbanlegends.com (en inglés). Sitio oficial del alt.folklore.urban newsgroup. Es una página que contiene enlaces a otros sitios con información de leyendas urbanas y folclore moderno urbano.

www.snopes.com (en inglés). Sitio muy completo organizado en una gran variedad de categorías. Contiene tanto leyendas actuales como "históricas" que aún circulan en el mundo anglosajón.

www.urbanlegends.about.com (en inglés). Sitio de referencia obligada sobre las leyendas urbanas y los rumores contemporáneos. Los "hoax" (engaños, burlas) son clasificados

por temas (accidentes, animales, celebridades, fantasías, crímenes, alimentación, horror, salud, virus, etc.).

<http://hoaxbusters.ciac.org/> (en inglés). Servicio público de la Oficina de Incidentes de Seguridad Informática del Departamento de Energía de los Estados Unidos. Cuenta con un motor de búsqueda para todos los “hoax” e incluye consejos prácticos para reconocerlos y reaccionar en caso de duda sobre la veracidad de la información.

www.netsquirrel.com/combaitkit (en inglés). Este sitio propone un “kit de combate” contra las falsas informaciones y clasifica los rumores por categorías.

www.vmyths.com (en inglés). Especializado en las advertencias contra los falsos virus y otras leyendas urbanas por orden alfabético. El sitio está a cargo de uno de los especialistas en la materia con mayor reconocimiento en los Estados Unidos, Rob Rosenberger.