

El chisme como fenómeno social: un campo-tema desde la perspectiva construccionista¹

Catarina Tanaka²

Resumen

El chisme es uno de los medios de comunicación más antiguos. Es un fenómeno social que se inserta en la vida cotidiana de las personas pudiendo, por un lado, generar serias consecuencias ya que puede llegar a ser extremadamente destructivo. Pero, por otro lado, ejerce una función integradora de entretenimiento, diversión y de interacción grupal. El objetivo de este trabajo es desarrollar un estudio analítico y delinear una Psicología Social del chisme basada en el abordaje construccionista, que valora el análisis de las prácticas discursivas. Se basa en una investigación que se centró en la comprensión de los diferentes significados dados por las personas a la práctica del chisme, con base en su experiencia personal. Para explorar este campo-tema fueron utilizadas entrevistas, observaciones de conversaciones espontáneas, programas de televisión y revistas de amplia circulación nacional. Estos múltiples recursos, utilizados simultáneamente y en conjunto, permitieron reflexionar acerca de la polisemia intrínseca de los sentidos, la aprehensión de los aspectos argumentativos e interactivos del proceso de comunicación y como consecuencia de ello, la construcción de una descripción más densa del fenómeno del chisme.

Palabras clave: chisme, construccionismo, prácticas discursivas, campo-tema

1 Texto elaborado a partir de la tesis de doctorado "La Psicología social del chisme" (2003) PUC-SP, bajo la orientación del profesor Peter Kevin Spink.

2 Profesora adjunta al Departamento de Psicología de La Universidad Estadual, Paraná, Brasil.

Abstract

THE GOSSIP AS SOCIAL PHENOMENON: A FIELD SUBJECT SINCE THE CONSTRUCTIONIST PERSPECTIVE

The gossip is one of older mass media communication. It is a social phenomenon that is inserted in daily life being able to generate serious consequences because it could be extremely destructive. But, on the other hand, it exerts an integrating function of entertainment, diversion and groupal interaction. The objective of this work is to develop an analytical study and to delineate a Social Psychology of gossip based on the constructionist approach that values the analysis of discursive practices. It is based on an investigation that was focused in the persons' understanding of different meanings of gossip practice, in accordance with personal experience. In order to explore this field it was used subject interviews, observations of spontaneous conversations, TV programs, and magazines with wide national circulation. These multiple resources, used simultaneously and altogether, allowed to reflect the intrinsic polisemia of meanings, the apprehension of the argumentative and interactive aspects of the communication process and as consequence of it, the construction of a more dense description of the gossip phenomenon.

Key words: *gossip, constructionism, discursive practices, field subject*

Resumo

O FENÔMENO SOCIAL “FOFOCA”: O CAMPO-TEMA NA PERSPECTIVA CONSTRUCIONISTA

A fofoca é um dos meios de comunicação mais antigo do mundo. É um fenômeno social inserido no cotidiano das pessoas, podendo, por um lado, gerar sérias conseqüências, por ser extremamente destrutivo; por outro, exercendo função integradora, de entretenimento, diversão e de interação grupal. Neste trabalho, o objetivo é desenvolver um estudo analítico e delinear uma psicologia social da fofoca, embasada na abordagem construcionista que valoriza a análise de práticas discursivas. O foco da investigação centrou-se na compreensão dos significados variados atribuídos pelas pessoas à prática da fofoca, com base nas experiências com o fenômeno. Para exploração do campo-tema foram utilizadas: as entrevistas, observação de conversação livre, programas televisivos e revistas de grande circulação. Esses múltiplos elementos, utilizados em conjunto, possibilitaram uma reflexão sobre a polissemia intrínseca dos sentidos, a apreensão dos aspectos argumentativo e interativo do processo de comunicação e, em conseqüência, uma descrição mais densa do fenômeno fofoca.

Palavras chave: *fofoca, construcionismo, práticas discursivas, campo-tema*

1. Introdução

Se perguntarmos “o que fazem?” a um grupo de pessoas numa roda, ouviremos com freqüência respostas como “nada”, “jogando conversa fora” ou “mera fofoca”. Essas expressões dão idéia de ociosidade, desperdício de tempo e de informações; enfim, de atividade frívola e sem importância. No entanto, nisso se consome parte considerável do tempo e atenção de milhões de pessoas, tanto nos encontros face a face quanto nas conversas por telefone ou também na leitura de colunas especializadas em fofoca.

Para muitas pessoas, a palavra “fofoca” evoca um fenômeno misterioso, quase mágico, porque seu modo de ação fascina, subjuga, seduz e excita. É também um veículo eficaz de interação social. Por outro lado, a fofoca³ é capaz de provocar ações que reposicionam conceitos acerca das pessoas. Chega a constituir um “poder paralelo”, ou um “poder invisível” nas relações pessoais.

É desse fenômeno social - fofoca, tematizada como evento social, cuja informação passada para o(s) participantes(s) pode ser recontada, recriada e reconstruída. O foco desse evento é o uso da linguagem, entendendo-se esta como prática social e dialógica.

2. A fofoca na história

A fofoca foi estudada em vários contextos sociais, em tempos diferentes e com diferentes significados. Na Idade Média, por influência da Bíblia (Schein, 1994) e da Tora (Wylen, 1993), o “olhar da moral”, dos bons costumes e da religião fundamenta a leitura da fofoca e, como sanção moral aos ofensores, eram impostas punições, tais

3 É necessário distinguir as denominações fofoca, rumor e boato. Em determinadas situações, e até no dicionário, aparecem como sinônimos. Todavia, segundo Rosnow e Fine (1976), rumores e boatos distinguem-se da fofoca, porque nem sempre se referem a pessoas. Para Kapferer (1993), a diferença está na cadeia de comunicação (rumores contêm mensagens não-autorizadas de interesse universal, enquanto a fofoca é disseminada de forma seletiva, dentro de um grupo específico). Para Allport e Postam (1953), rumor só prolifera na ausência de provas indubitáveis.

como humilhação pública, castigos físicos, torturas, incluindo a morte na fogueira (Emler, 1994). Essas punições também aconteciam nas sociedades tribais da África (Stirling, 1956).

Segundo Schein (1994), os fatores que caracterizavam a Idade Média — a credibilidade da informação oral; o estrito código de comportamento para todas as classes sociais; bem como a imobilidade social (estagnação topográfica); e o fato de a comunidade ser relativamente pequena — davam à fofoca um grande poder.

Na visão contemporânea, vários estudos atestam que a desaprovação é mais moderada. Os autores como Ben-Ze'ev (1994), Souza, (1994), Bergmann (1993), entre outros, se contrapõem à visão tradicional e identificam certas virtudes na fofoca. Análises antropológicas, psicológicas e sociais permitem alegar, em defesa da fofoca, que ela, em alguns casos, promove amizade e coesão de grupos, ajuda a sustentar normas grupais, e freqüentemente serve para transmitir informações efetivamente importantes.

Atualmente, as revistas especializadas em fofoca, as colunas dos jornais, tablóides, internet são também grandes provedores dessa alquimia (Levin y Arluke, 1987). A mídia tem tornado possível um novo tipo de fofoca —a fofoca visual, na forma de fotografias, filmes e programas de televisão ao vivo.

Apesar, porém, do desenvolvimento crescente da mídia, o público continua a buscar informações através do ouvir-dizer. Ao mesmo tempo, a mídia, longe de suprimir o boato e a fofoca, oferece um número cada vez maior de revistas especializadas em expor ao público a vida privada e escândalos da vida política e das celebridades. (Eco, 1998; Thompson, 2002). A esse respeito, Umberto Eco (1998:89) alerta para que “tanto a mídia quanto ao mundo político... olhem mais para o mundo e menos para e espelho.”

3. A definição e a natureza da fofoca

São várias as visões a respeito da definição, do conceito e da natureza do fenômeno fofoca. Rosnow e Fine (1976), Elias (1985), Levin y Arluke (1987), Bergmann (1993), Taylor (1994), Thomas (1994), Ayim (1994), Goodman y Ben-Ze'ev (1994)⁴ apresentam suas conceituações de diferentes formas; no entanto, convergem em características comuns, definindo ao mesmo tempo as condições necessárias para a fofoca: é conversa informal; o cerne do assunto é altamente pessoal (relativo à intimidade); é conduzida dentro de um grupo pequeno de participantes que se conhecem bem uns aos outros, têm confiança mútua; e as pessoas-alvo estão ausentes.

As especificidades associadas à natureza da fofoca serão apontadas no item “Resultado e discussão do campo-tema fofoca.”

4. O mecanismo de construção de sentidos da fofoca

O estudo da fofoca como fenômeno sociolinguístico será fundamentado na abordagem teórico-metodológica da produção de sentidos a partir das práticas discursivas. É a produção de sentidos tomada como forma de conhecimento e que se filia mais fortemente à perspectiva construcionista.

Optamos pelo construcionismo porque este convida a um tipo de auto-reflexão crítica, que promove a reconstrução contínua nas várias alternativas de entendimento, e tem entre as suas preocupações centrais as redes relacionais.

Embora a literatura referente à abordagem construcionista tenha múltiplos matizes teóricos, daremos especial atenção à teoria que se apóia na premissa de que o ser humano é gerador e usuário da

4 Ben-Zé'ev e Goodman organizaram um livro no qual quinze artigos de autores de diferentes áreas das ciências humanas e sociais (filósofos, antropólogos, sociólogos, psicológicos) defendem a idéia da existência de boa fofoca.

linguagem, simultaneamente gerador de sentido, e que, segundo Spink, M. J. (1999:59),

...a produção de sentidos se processa no contexto da ação social. Alia-se à tradição hermenêutica de processo criativo mediado pelas expectativas e pressupostos que a pessoa traz para a situação, à tradição interacionista da valorização da presença — real ou imaginária — do outro, e à onipresença da linguagem na perspectiva das práticas discursivas.

O modelo interativo deve dar conta do fato de que várias fontes de informações são ativadas paralelamente e, integrando-se aos inúmeros microacontecimentos e/ou macroacontecimentos, torna possível produzir microinformações e/ou macroinformações. Conseqüentemente, lidamos com a realidade polissêmica, pela multiplicidade de significados incluídos no contexto da interação social.

5. Pesquisa de campo numa perspectiva construcionista

O campo no nosso mundo cotidiano é multitemático, constituído de um mosaico de falas, como uma colcha de *patchwork*, que envolve desenhos, percepções, configurações capazes de identificar nela nossa percepção da realidade, nossos valores e imagens, que são provenientes de experiências de vida. O campo, portanto, é o espaço da realidade social que podemos argüir e de onde os múltiplos sentidos da fofoca irão emergir. É o lugar⁵ da construção de sentidos no espaço de vida do indivíduo, instituição ou comunidade.

Quando fazemos o que nós chamamos de pesquisa de campo, nós não estamos “indo” ao campo. Já estamos no campo, porque já estamos no tema. O que nós buscamos é nos localizar psicossocialmente e territorialmente mais perto das partes e

5 “lugar”, como espaço local de ação, de falas e conversas, incluindo a conversa presente na sua materialidade. “Lugar como uma referência a um horizonte de ações e ligações, de produção de sentido e de lutas” (SPINK, 2000:4)

lugares mais densos das múltiplas interseções e interfaces críticas do campo-tema onde as práticas discursivas se confrontem e, ao se confrontar, se tornam mais reconhecíveis (Long apud Spink, 2003:36).

Podemos, assim, anunciar que “campo é o campo do tema, o campo-tema; não é o lugar onde o tema pode ser visto — como se fosse um animal no zoológico — mas são as redes de causalidade intersubjetiva que se interconectam em vozes, lugares e momentos diferentes...” (Spink, 2003:36). Campo-tema é o espaço de debate constante e sem limites ou fronteiras.

É dentro dessa perspectiva de campo que estudamos o fenômeno da fofoca. Nesse domínio da investigação, é possível aclarar as dimensões localizadas na “terra-de-ninguém”, o “estado atual” e a “dinâmica de opiniões contrárias, o questionamento da relevância do assunto e das percepções alternativas, as diversas posições de defesas cognitivas e emotivas” (Spink, 1976:2) para estabelecer os diferentes “mapas de realidade.” É, enfim, conectar-se com os fatos, com as causas e compreender os metassignificados do mundo das ações.

O campo-tema, para o nosso estudo da fofoca, associa elementos das falas dos entrevistados, documentos, programas de televisão, observações espontâneas em diferentes situações do cotidiano como forma de aumentar a nossa capacidade de diálogo:

•A entrevista⁶ era basicamente uma conversa livre, mas pontuadas com dados do roteiro que contempla o uso de associação-livre, a partir de um pequeno número de palavras-estímulo selecionadas pelos dados obtidos na pesquisa bibliográfica;

•A observação de conversação livre, o uso de material espontâneo, o que Don Zimmerman denomina “tracking”, traduzido como

6 Para análise inicial, foram realizadas 4 entrevistas (duas pessoas do sexo masculino e duas do sexo feminino), não se estabelecendo o número total de entrevistas a serem realizadas. No total, foram 30 entrevistas (15 mulheres e 15 homens). Foram consideradas suficientes quando as informações dadas pelos entrevistados tornaram-se repetitivas e não apontavam conteúdos novos.

“espreita” (apud Coulon, 1995:89). Isso implica situar as descrições em seu contexto, captar o ponto de vista das pessoas, estando ao mesmo tempo em posição adequada para escutar e participar (com devido consentimento) das conversações naturais de onde emergem significações das rotinas dos participantes;

•Programas televisivos cuja tônica era a discussão do fenômeno fofoca. Sabe-se que programas televisivos refletem “ação à distância”, usando-se a expressão criada por Thompson (1998), não permitindo a elucidação e o aprofundamento da narrativa, mas é possível observar-se a realidade (embora não natural) onde (e como) o fenômeno ocorre;

•Dados de revistas, que são documentos de domínio público, refletem duas práticas discursivas, segundo Spink, P. (1999:126):

...como gênero de circulação, como artefatos do sentido de tornar público, e como conteúdo, em relação àquilo que está impresso em suas páginas. São produtos *em tempo* e componentes significativos do cotidiano; complementam, completam com a narrativa e a memória. ...sua intersubjetividade é produto da interação com outro desconhecido, porém significativo e freqüentemente coletivo. São documentos que estão à disposição, simultaneamente traços de ação social e a própria ação social.

...texto escrito, constitui ato de fala impresso, um elemento de comunicação verbal que provoca discussões ativas (Spink M. J., 1999:47).

O uso de múltiplos elementos em conjunto possibilita uma reflexão sobre a polimorfia intrínseca dos sentidos e a apreensão dos aspectos — argumentativo e interativo — do processo comunicativo, isto é, não são somente os dados brutos que vão produzir alguma teoria, é necessário um exame aprofundado dos mesmos, uma tentativa de leitura crítica e de interpretação, no sentido de apresentar uma descrição densa, como nos ensina Geertz (1997).

6. Resultado e discussão da pesquisa do campo-tema “fofoca”

A fim de conectar os múltiplos elementos dos atos de fala, realizamos um mapeamento da noção da fofoca no cotidiano das pessoas. Para tanto, foi dado o tratamento de recortar, ordenar e estruturar os dados, de maneira a revelar algumas das dimensões do conhecimento. Partiremos do pressuposto de que o conhecimento é fundamentalmente categorial, isto é, requer a classificação das idéias para se tornar analítico, na tentativa de apresentar diferentes interpretações, diferentes alternativas de abordagens. Essas categorias são sociais, mas de um social denso e aberto às contradições de versões alternativas.

A opinião de cada um dos elementos que compõe a pesquisa será tomada como “parte”⁷ das representações coletivas produzidas em diversos momentos e processos na experiência de vida da pessoa.

Para efeito de análise e discussão, foram organizadas cinco categorias/blocos, a saber:

a) Fofoca é... A fofoca é vista e definida, basicamente, como “*falar da vida alheia*” assim como verificado na revisão das definições e teorias da fofoca: é uma conversa informal, o cerne do assunto é pessoal (revelando aspectos da intimidade, invadindo a privacidade), e o alvo (sujeito) da fofoca está sempre ausente. Isso se expressa na fala: “*fofoca não tem uma coisa assim?... com o escondido, com o sem-autorização, tem a ver com o fora de lei? Você tá trazendo a intimidade de uma terceira para outra pessoa, na ausência dela.*”

Alguns dos entrevistados fazem a distinção entre fofoca e conversação: “*A diferença é que a conversa é a respeito de um assunto entre duas pessoas, mas a fofoca não, é falar de outra pessoa que não está presente e nem pode se defender.*”

7 As falas, em forma de fragmentos, serão sempre transcritas em itálico e entre aspas.

A respeito disso, John Morreal (1994), que considera a fofoca um tipo de conversação-comunicação interativa e pessoal, afirma que os vários propósitos da conversação⁸, são também servidos pela fofoca. Porém, ela apresenta algumas peculiaridades em relação a outros tipos de conversação. Em relação ao assunto: fofoca é sobre pessoas, nós não podemos focar sobre o tempo, por exemplo; é, principalmente, sobre pessoas não envolvidas na conversação; não é abstrata, é focalizada nos indivíduos, na sua concretude; é focalizada nos detalhes pessoais da vida das pessoas, como relações sexuais, suas virtudes e vícios; os detalhes de vida das pessoas na fofoca são privados e nos bastidores. Normalmente, a fofoca tem curta “vida reservada”; está relacionada com aspectos da vida de pessoas que podem ser moralmente avaliadas. Além disso, a avaliação em fofoca é normalmente negativa e pode ser capciosa; e há, ainda, a tendência de muitos avaliarem as outras pessoas negativamente em forma de inveja, ciúme e indignação provenientes da comparação ou da experiência negativa vivenciada.

Em relação ao seu conteúdo é expresso: a atitude para com as pessoas incluídas na fofoca é de pessoa de familiaridade presumida; é fútil, conversa pequena que não examina profundamente o assunto, mas enfatiza os aspectos que asseguram sua sustentação; é fútil e ao mesmo tempo desperta curiosidade — e não tem um padrão rigoroso de evidência; assim, é aberta à associação com rumor (Morreal, 1994).

A fofoca, enquanto processo de disseminação e de formação de cadeia, conduz as informações que vão aumentando, transformando-se descompassada e desencontradamente. É como telefone sem fio: *“coisa pequenininha que vai crescendo, crescendo e às vezes toma forma que você não domina mais”, “...você já passa para outra pessoa a história totalmente diferente*

8 Prazer de falar com outras pessoas; promoção de solidariedade; recebimento de informação nova; revelação de informações novas a outros; prazer de ouvir as opiniões de outras pessoas e avaliações de outras pessoas sobre pessoas, coisas e eventos, e expressar suas próprias opiniões e avaliações.

do que ouve...” Essa transitoriedade na fofoca revela que ela é reconstruída. Os eventos passados podem ser retidos na memória, nomeados, tipificados, tematizados e apresentados novamente em conversações com diferentes versões.

b) Características

•**Verdade/mentira.** *“O que vou falar não é uma fofoca, é troca de informação, é verdade”, “Eu acho que toda fofoca tem seu fundo de verdade”, “nem todas são mentirosas.”* Percebe-se, nessas falas, que as pessoas estabelecem o limite e a relação ao critério do verdadeiro e falso, mas a linha de separação entre informação e fofoca é subjetiva. Segundo Ibáñez, os critérios da verdade são “construídos a partir de convenções pautadas por critérios de coerência, utilidade, inteligibilidade, moralidade, enfim, de adequação às finalidades que designamos coletivamente como relevantes” (apud Spink M. J., 1999:30). É uma verdade relativa a cada um.

Muitas pessoas denominam “informação” o que é verdadeiro, e “fofoca” o que supõem ser falso ou uma informação não verificada. Isto é, quando uma pessoa é convencida pela mensagem transmitida por um amigo ou conhecido, ela considera que se trata de informação. Ao contrário, se tiver dúvida, ela qualificará essa mensagem como fofoca. Vista dessa forma, a fofoca está vinculada ao sistema de crenças e também denota seu lado transgressor, isto é, como Bergmann (1993) sustenta, há sempre uma questão simultânea de transgressão, que pode ser entre o que é decente e o que é indecente, entre o moral e o imoral, entre a verdade e a mentira.

Há também que se considerar a aspecto da transformação dos fatos que narrados de um para o outro, modificam-se em razão do desvio de comunicação e, dessa forma, criam novos fatos que acabam se tornando uma inverdade.

Embora a questão do verdadeiro e do falso seja quase sempre a primeira a ser colocada quando se fala de fofoca, na realidade ela

não ajuda muito para a compreensão e explicação da dinâmica do fenômeno. O mecanismo da fofoca existe porque as pessoas pensam que uma informação é verdadeira e acham que é importante passar adiante. Isso não serve para deduzir o estatuto real dessa informação. Ao contrário, a ausência de fundamento da fofoca faz com que a pessoa a utilize como passatempo ou “diversão.” (Elias e Scotson, 1985). A dinâmica da fofoca, por conseguinte, é independente do problema da autenticidade.

Parece que o que caracteriza o conteúdo de uma fofoca não é seu caráter verificável ou não, mas sua fonte não-oficial. Como mostra Goffman (1985), as correntes subterrâneas, transmitidas de maneira sub-reptícia, vão contradizer e desacreditar a definição da situação projetada pelos participantes e, na interação social, isso implica relações cautelosas e exigências insinuadas.

Portanto, o que se verifica é que não se usa a fofoca para o que é evidente, e onde a evidência termina, a fofoca começa: *“a fofoca, normalmente, não se dirige a fatos muito evidentes... Ela é muito sutil.”* Dessa forma, a fofoca compartilha a fronteira da evidência.

•**Teor da fofoca** (maléfica/benéfica). Os aspectos caóticos da fofoca: *“crueldade”, “maldade”, “denegrir a imagem de outro”, “ridicularizar”, “de covardia” e “destruir”* são atribuições apontadas às fofocas que desrespeitam os limites sociais, rompem ordens e negligenciam os deveres sociais.

Esses aspectos são mais fortemente evidenciados e discutidos pelos autores com base na moralidade, pois são referências avaliativas, na medida em que põem em dúvida a reputação e o caráter alheios. Vale ressaltar ainda que essa avaliação na fofoca é normalmente negativa e em muitas circunstâncias aparece em forma de ironia, de humor-negro. Segundo Morreal (1994), há uma razão hobbesiana para avaliar as pessoas negativamente, porque é uma forma de expressar inveja, ciúme e indignação.

Há uma afirmação crítica e conclusiva nas falas “*Em hipótese alguma ela pode fazer bem.*” O fator negativo, destrutivo e desequilibrador estão na fala “*mas foi tão negativa a ponto de me desestruturar... Até tive que procurar terapia.*” Mais uma vez, a atividade que é vista em muitas circunstâncias como conversa fútil e trivial, tem seu lado extremamente maléfico à vítima. Porém, quando desvendado, o transmissor da fofoca também pode ser destruído ou ficar com a sua imagem denegrida ou arranhada.

Nas tentativas de reverter as conseqüências maléficas em benéficas, como por exemplo, o caso do produtor da fofoca que ficou com a imagem denegrida, “*a pessoa prende mais a língua.*” Outra, a uma ocorrência em que é efetuada uma fofoca a respeito da situação financeira; por exemplo, de ser um mau pagador, o que pode levar o receptor da fofoca a não efetuar empréstimos ou algo semelhante. Taylor (1994) confere a esse tipo de ação uma significação moral, um tanto limitada, mas positiva da fofoca. Não confere mérito à atividade de fofoca nem aos participantes e, mesmo tendo a noção de que não se trata de uma atividade altruísta, procura reverter para alguma aprendizagem moral.

A fofoca como algo bom, defendida por alguns autores como Ben-Ze'ev e Goodman (1994), de Souza (1994) e outros, aparece aqui como processo de interação social e relações corriqueiras, na fala “*algumas vezes são coisas boas*”, “*ela é social*”, “*fofoca surge naturalmente...*”, “*é contar as coisas novas que aconteceram.*” Essas referências apresentam a fofoca como algo natural, e revelam características motivadoras de aproximação, de interação, atualização e entretenimento.

Cabe, aqui, uma observação: “*Fofoca boa? Nunca pensei no assunto profundamente. Tá aí, você me despertou para pensar em alguma coisa que pouca gente pensa, eu acho, se faz mais do que pensa, né?*” Essa interação entrevistado-pesquisadora provoca um repensar, isto é, a própria ação da pesquisa permite a construção e produção de novo sentido. Parece que a prática da fofoca é muito mais freqüente do que pensar na fofoca.

• **Velocidade.** “...com muita rapidez...”, “*uma coisa pequenininha vai crescendo, crescendo...fica incontrolável*” e “*vai para qualquer lugar...*” Isso demonstra também que a sua disseminação se processa em qualquer direção e essa propagação pode ser também exponencial: dois se tornam quatro, quatro se transformam em oito e assim por diante. Possivelmente, a fofoca “*corre solta*”, por ela ter um valor e propor uma realidade que as pessoas desconhecem, e isso provoca muita curiosidade. É precisamente por isso que muitos ficam à espera das fofocas e muitas vezes se apressam em divulgá-las. Na verdade, aquele que divulga uma fofoca confia e divide um segredo e muitas vezes sai “engrandecido” de uma conversa, pois se afirma como detentor de um saber interessante e em primeira mão.

Com a mesma velocidade que se observa em sua disseminação, a fofoca pode também dissolver-se num passe de mágica. Isso ocorre, normalmente, quando não encontra receptores.

• **Local/ambiente propício à fofoca.** Locais mencionados, como “*mesa de bar, cabeleireiro, rodinhas de amigos...*”, “*ponto de ônibus, de táxi*”, “*cozinha*”, “*academia de ginástica*”, “*espaço de lazer*”, “*não depende de lugar, porque às vezes você tá até na igreja, daí alguém vem, ah! tenho um negócio pra te contar...*”, “*praça*”, “*consultório médico*”, “*onde fica um monte de gente sem fazer nada*”, “*onde circula muitas pessoas*”, “*em fila de banco*”, pressupõem contatos interpessoais. Portanto, a fofoca ocorre onde existam pessoas que possibilitem o estabelecimento de redes de interação e amizade, tanto em contextos sociais onde haja eventos planejados, “oficiais” ou “não-oficiais”, como também em domínios de atividades periféricas (encontros casuais em viagens e salas de espera).

A respeito da referência aos profissionais considerados como promotores típicos de fofoca como “*cabeleireiros*”, “*barbeiros*”, “*porteiros, taxistas, os entregadores de flores*”, serventes, criadas e lavadeiras, Bergmann (1993) afirma que as atribuições desse tipo se referem a um princípio organizacional de conhecimento do cotidiano (no contexto familiar e no trabalho) que é utilizado

no dia-a-dia como importante recurso perceptual e interpretativo. A fofoca está, assim, relacionada ao contexto social específico da ação e conectada com a ocorrência social que oportuniza revelações de traços de relações privadas com a ocasião para interpretações, recordações e comentários. Essa atribuição generalizada às categorias profissionais e, às vezes, ao gênero feminino cria conexões com forte carga de preconceitos, de injunção cultural.

As redes de fofocas que florescem em organizações, muitas vezes surgem como um modo de amolecer ou subverter as tendências despersonalizantes delas. Fofocas oferecem resistência passiva a muitas formas de poder.

Então, desde que satisfaça algumas condições básicas, pode-se encontrar alguma forma de fofoca em todos os locais e culturas, embora a extensão e o tipo possam variar.

• **Controlar/eliminar.** Aqui serão apresentados dois aspectos do controle da fofoca: a fofoca como mecanismo de controle social, e controle no sentido de minimizar o efeito ou eliminar a fofoca.

A primeira forma, como mecanismo de controle social, é possibilitada pelas normas e valores do grupo ou cultura específica que norteiam a organização social. Segundo Thompson (2002), sendo a fofoca uma atividade através da qual as relações sociais são continuamente renovadas e transformadas, ela promove a integração do grupo, onde o grau de confidencialidade é, geralmente, o termômetro do grau de proximidade.

A prática da fofoca é também orientada pelo princípio da exclusão e inclusão social (Gluckman, 1963), quando se escolhem parceiros para fofocar: “*tem que saber o que e para quem fala.*” Coesão grupal, identidade social, normas sociais, pressões sociais são todos os fatores da dinâmica social que são mantidos e administrados pelas agências das regras de fofoca. A fofoca proporciona também às pessoas informações sobre o mundo social, revelando normas e a extensão de seu descumprimento.

A fala de um pastor: “*Não permitindo que as pessoas façam fofoca na sua frente, você muda a cultura ensinando as pessoas sobre os prejuízos da fofoca... ensinando a usar melhor e adequadamente o falar*” é baseada no contexto no qual ele se movimenta. Ele é um pastor, formado dentro dos princípios éticos e morais religiosos. O pastor recria ou perpetua a moralidade cristã, e utiliza-se do texto sagrado, a Bíblia, que é interpretado para as suas ações. Então, quando o pastor faz os sermões a respeito do assunto, ele está repetindo a interpretação estabelecida *a priori*, portanto não há produção de sentido; já os ouvintes podem ser mais livres e democráticos para aceitar ou não os ensinamentos, então eles produzem sentidos.

As leis, os livros sagrados, as normas de procedimento de uma organização empresarial afetam as ações, pois codificam e prescrevem, e, portanto têm a sua aplicação como mecanismo de controle social.

Em relação à mídia, Thompson (2002:131) afirma: “uma das razões por que é tão difícil controlar o fenômeno da visibilidade mediada é a total proliferação dos meios de produção e de transmissão das mensagens mediadas no mundo hoje.”

Em outro sentido de controle, o que visa minimizar o efeito ou eliminar a fofoca, em maioria os entrevistados crêem ser impossível ou quase impossível a sua eliminação.

A saída para minimizar a efervescência da fofoca seria aguardar o seu próprio tempo ou para não dar continuidade à fofoca, as pessoas recorrem a alguns mecanismos para interrupção, como, por exemplo, esclarecer, “*mudar de tática na conversa*”, “*neutralizar*” e selecionar adequadamente o parceiro para fofoca.

A avalanche causada pela fofoca parece não ter mecanismo interno de término. Seu término ocorre, principalmente, pela simples exaustão ou esgotamento do assunto.

c) Conteúdo

•**Assunto/segredo.** O segredo é apontado por muitos como elemento motriz para aguçar a curiosidade das pessoas para fofocar: “*segredo, e que não pode ser revelado...*”, “*segredo deixa de ser novidade quando passa para outros. É uma coisa interessante, eu vou contar uma coisa que só eu sei.*” O segredo causador de tanta curiosidade (novidade) e poder (ser detentor de informação), quando desrespeitado e divulgado, pode comprometer quem o está repassando; acarretará conseqüências, como, por exemplo, a perda de confiança, mal-estar e intrigas entre as partes envolvidas.

O segredo, sob o enfoque da psicologia da privacidade de Simmel, oferece um segundo mundo além do revelado. E assim, podemos dizer que o tema central da fofoca reside precisamente nessa relação tensa entre o “primeiro” mundo revelado e o “segundo” mundo oculto. (apud Bergmann, 1993)

Há predominância de assuntos sobre a vida privada das pessoas, especialmente sobre afetividade e assuntos que são “tabus”: “*A vida íntima da pessoa ...*”, “*sexualidade*”, “*traição*”, e “*que não é bom pagador, que tá na lona*”, “*pelo mórbido*”, “*...coisas picantes*”, parecem encontrar maior difusão por despertar curiosidade, excitação e prazer, independentemente de a informação ser verdadeira ou mentirosa. Dando continuidade ao que se refere à esfera privada, na fala “*homem fofoca é pra falar que foi pra cama com esta ou aquela menina*”, essa demonstração de “virilidade” não deixa de ser uma forma de poder, como pontua de Souza (1994). Não é o poder corrente, mas uma forma subversiva de poder: um ataque ao frágil, utilizando-se do poder do conhecimento ou experiência.

Além disso, fazer fofoca sobre alguém de sucesso ou seus desafetos pode ser uma forma velada de agressividade, uma forma de liberar o que está recaiado; pode também haver uma similaridade com o humor não-inocente.

As fofocas também alimentam o universo político, recheado de escândalos financeiros, sexuais e de corrupção, isto é, assuntos que implicam a transgressão de normas. A esse respeito, Thompson (2002) afirma que colunas de fofoca são alimentadoras de segredos públicos. É uma intimidade unilateral e não-recíproca. O autor ao apresentar a sua teoria social do escândalo, distingue em três os tipos de escândalos políticos: político-sexual, político-financeiro e o escândalo de poder. Nota-se, nessa classificação, que os assuntos relativos aos escândalos têm semelhança com assuntos veiculados pela fofoca.

Concluindo, a fofoca envolve, predominantemente, assuntos que constituem invasão de privacidade.

•**Homem/mulher.** Historicamente a mulher foi considerada mais fofoqueira que o homem, especialmente na tradição medieval. O que se pode observar é que essas afirmações são conceitos construídos pela interação entre pessoas de ambos os sexos e, principalmente, definidos pela sua experiência de vida. Parece haver certa predominância em identificar o assunto/conteúdo da fofoca como o diferencial entre o gênero masculino e o feminino: *“os objetivos das fofocas são diferentes”, “a fofoca do homem é mais discreta, por exemplo, comenta que o fulano tem problema na empresa dele... de assunto de trabalho”, “homem fala sobre questão sexual”, “a mulher fala do vestido das outras, do marido, dos filhos, da empregada... que ela tá gorda”,*

Aparecem, ainda, menções às habilidades para focar: *“falando da interação, as mulheres estabelecem códigos que o homem não consegue, a linguagem não é só falar, palavras, linguagem, são gestos, são olhares, né? Existe a mensagem oculta e a aparente neste caso.”* Os códigos referem-se à metalinguagem que são utilizadas para fazer fofoca, isto é, para identificar o momento propício para estabelecer uma conversação que envolva fofoca.

Importantes pesquisas de Spacks (1985), Levin e Arluke (1985/1987), Nevo et al (1994) indicam que ambos, mulheres

e homens, despendem uma quantia semelhante de tempo para fofoca, mas diferem nos tópicos de discussão, isto é, as mulheres tendem a falar mais sobre outras pessoas, e os homens enfatizam jogos esportivos, política e negócios, o que se evidencia também nas falas dos entrevistados.

As diferenças entre formas, e a predominância de um dos sexos para fofocar, parecem ter importância secundária, o que pode haver são diferenças graduais e estilísticas no comportamento de fofoca entre os homens e as mulheres e também entre diferentes culturas.

d) Razões /motivos para fofoca

• **Passatempo ou perda de tempo?** Pode-se dizer que os “faladores da vida alheia” teriam algumas razões para fazer fofoca. Seria para estar atualizados, para obter informações, para “*jogar conversa fora*” ou simplesmente para passar o tempo. Bergmann (1993) traça duas razões, entre tantas outras, que possibilitam a ação de fofocar. A primeira razão é psicológica: a pessoa possuidora de uma informação percebe tal fato como algo socialmente valioso para seu reconhecimento social, prestígio e notoriedade, e isso lhe dá um sentimento de “superioridade” ou de privilégio, por dispor de um conhecimento em primeira-mão.

A outra razão, sociológica, é a tendência universal para criticar, depreciar, culpar, e implicar uma pessoa na sua ausência. Essa razão é permeada pela relação de amizade, que pressupõe “lealdade” para confidências. Se a pessoa detentora da informação confidencial repetir a confidência, ela comete um ato de indiscrição. Se, ao contrário, recusar disseminar a informação, essa pessoa se comporta de forma discreta. Dessa forma, a fofoca, no argumento central de Bergmann, é a forma social de “indiscrição discreta”, ou seja, pode violar o preceito da discrição e, ao mesmo tempo, respeitá-lo. Portanto, a fofoca se inscreve como fenômeno de elementos contraditórios e adquire uma estrutura paradoxal básica, dinâmica e de natureza equivocada.

As falas dos entrevistados sugerem que a fofoca é tida como elemento do comportamento “*de quem não tem nada o que fazer*”, “*de quem não tem uma ocupação maior*”, e também como atividade fomentadora de “*perda de tempo*”; é, enfim, “jogar conversa fora” com assuntos fúteis. É possível perceber que especialmente o rótulo “para os desocupados” tende a diminuir a fofoca, em contraste com a ocupação maior, dessa forma tornando-a incompatível com o trabalho. Assim também aponta Emler (1994), que mostra a influência da ética protestante, dando a conotação de que as pessoas que trabalham duramente não fazem fofoca.

O lado prazeroso da boa fofoca aparece nas falas “*aproxima*”, “*diverte*”, “*excelente entretenimento*”, “*o lado gostoso é o de puxar conversa*”, “*apontada como uma das responsáveis pela construção da intimidade*.” Essas falas nos levam ao argumento de Gluckman (1963) de que a fofoca fortalece a identidade e a coesão de um grupo social e, por outro lado, cumpre sua função dentro do grupo com membros integrados pelo sentimento de pertença. Rosnow e Fine (1976) confirmam esse argumento, afirmando que algumas das fofocas estão comprometidas somente com o prazer e a diversão, normalmente em uma atmosfera íntima e não-cansativa.

Ainda em relação à fofoca como fonte de entretenimento, é necessário registrar a grande exploração da mídia em relação à vida privada das celebridades, em revistas denominadas por muitos como de “cultura inútil.” A esse respeito, Levin e Arluke (1987) acrescentam que, além de ser importante fonte de entretenimento, a fofoca pode promover relaxamento.

Na concepção de Ben-Ze’ev (1994), são ambas, fofoca e diversão, atividades intrinsecamente valiosas, pois são essencialmente sociais e fortalecem os laços interpessoais. Bergmann (1993) acrescenta que essa ocorrência pode se localizar tanto no domínio da sociabilidade — nos encontros de pequenos grupos onde as conversas são imbuídas de uma grande medida da sensibilidade local, quanto no domínio periférico — a fofoca de

diversão (por sussurros ou manobras semelhantes), que acontece com relativa sinceridade na presença de outras pessoas, ou seja, as pessoas não têm necessidade de se separar do ambiente interativo deles.

Morreal (1994) faz um paralelo entre a fofoca e as piadas, revelando que as duas atividades envolvem, às vezes, insultos disfarçados; piadas normalmente têm caráter fictício, mas a fofoca lida com pessoas reais; além disso, freqüentemente danifica reputações. Por conseguinte, as pessoas expressam prontamente seu prazer em brincar, mas são relutantes para confessar o prazer em falar da vida alheia. Ainda segundo Morreal, por causa do seu caráter mais realístico, a fofoca parece cumprir funções mais complexas do que divertir. Ele acrescenta, partindo para a área da pesquisa, que as piadas recebem mais atenção científica que a fofoca.

• **Fascínio/curiosidade/imaginação.** São ilustrativas estas palavras e fragmentos: “*curiosidade*”, “*e por incrível que pareça a gente se interessa*”, “*fantasia*”, “*Na Abril (editora) a gente chama a fofoca de ‘corredor press’*”. *Tem vários outros nomes, como ‘rádio peão’, ‘rádio corredor’, mas para americanizar e ficar mais chique é ‘corredor press’*. *Todos ficam atentos para o que vem do ‘corredor press’*. *Engraçado, sabem que vão ler as notícias depois, mas querem saber em primeira-mão.*” A curiosidade e a fantasia, nesse caso, em relação às atividades privadas das pessoas, parecem ser a mola-mestre para o surgimento e a propagação da fofoca

No caso da informação em primeira-mão, associada à fantasia e à curiosidade, pode se manifestar em dois níveis, simultaneamente ou não: primeiro, sobre o fato de alguém ser o detentor da informação, levando-o a sentir-se “superior” pela posse dessa novidade e, segundo, sobre a sua inserção no grupo, ou seja, ele imagina que pode, assim, ser mais aceito pelo grupo. Ele acha que, tendo a informação em primeira mão, alcança *status*, poder e controle do grupo.

Respondendo à fala “*Eu me pergunto por que as pessoas se interessam tanto pela biografia*”, Thompson (1998) classifica as biografias como quase-interação mediada, como uma nova forma de interação, que não está ligada ao compartilhamento e, sim, à curiosidade em relação à vida dos “*famosos*”, capaz de envolver as pessoas num processo de formação pessoal e de identificação. Isso, segundo os psicólogos sociais Festinger (1954) e Suls (1977), significa que o interesse pela biografia pode ser movido pela necessidade da comparação social. Isto é, obtendo informação da vida das celebridades, especialmente em relação às suas realizações e habilidades, o leitor pode se servir desse modelo para identificação ou desenvolvimento do seu ego e da auto-estima.

Se nos reportarmos ao estudo de Medini e Rosenberg (1976), que apresenta similaridade entre fofoca e psicoterapia, podemos inferir que o que aguça a curiosidade na “biografia” é a suposição de que ela contenha fofoca e, por conseguinte, declarações sobre assuntos da condição humana, assuntos secretos, voyeurismo e intimidade. Incluem-se neste segmento de análise “*os vizinhos*”, mencionados também por um dos pesquisados como alvo dessa curiosidade.

A fofoca também tem função terapêutica, como um “remédio caseiro”, “*Fofocam para desabafar*” ou como um tipo de psicoterapia popular, como reporta Bergmann (1993), citando um dito antigo: “Fofoca - bálsamo da alma.” Portanto, no aspecto positivo da fofoca, sua função socializadora é também baseada na característica terapêutica.

Em muitas circunstâncias, a fofoca exerce fascínio, e o que torna as notícias atraentes possivelmente não é a sua importância nem são as suas conseqüências, mas é a sua novidade, que, momentaneamente, mexe com a imaginação. Não requer nenhum esforço mental, então se torna agradável e é como se estimulasse a diversão incessantemente; portanto, associada à imaginação, é conveniente e interminável oportunidade para dar abertura à malícia e à maledicência.

•**Método de informação/investigação.** A fofoca, utilizada como fonte de obtenção de informação ou também como meio de propaganda, pode ser observada nas falas *“a fofoca vai dizer quem produz e quem não produz, vai dizer pessoas importantes do departamento...”*, *“fofoca como fonte de informação”*, *“que fofoque, fofoque muito, pois essa é a minha forma de difusão...”*

As duas falas iniciais demonstram como a fonte de dados não-oficiais pode ser relevante em diversas situações. Já a última fala refere-se à fofoca como veículo de marketing, recurso de propaganda.

A fofoca como meio de se obter conhecimento e informação nem sempre se reporta a detalhes de intimidade, outros assuntos envolvendo a arena política (Thompson, 2002), como, por exemplo, suspeitas de corrupção, os meandros das articulações partidárias podem servir como matérias de fofoca. Já no mundo organizacional, a confiança que se tem na fofoca como fonte de informação crucial, inacessível através de outros meios, pode ser identificada na primeira fala. Essa aquisição nem sempre visa disseminação, porém pode servir como “fofoca investigativa”, conforme a denominação de Ayim (1994). Essa autora afirma ainda que as universidades, os comitês e as comissões instituídas para desenvolver determinadas atividades, por exemplo, em sindicâncias e inquéritos administrativos, freqüentemente recorrem aos dados informais obtidos em conversações, os quais podem constituir parte importante do procedimento de decisão, mesmo que não façam parte do registro oficial.

De Souza (1994) também acredita que a fofoca possa servir para ampliar nossa compreensão da vida, fornecendo informações que os outros modos de investigação não proporcionam.

e) Experiência

Os entrevistados, em maioria, citaram experiências suas como vítimas de fofocas que envolviam traição, conspiração, perdas de

emprego, intrigas com amigos, etc. Pode-se supor que medidas defensivas, com raras exceções, tenham impedido que contassem histórias em que figurassem como produtores de fofoca, em razão do preconceito social existente contra tal prática.

Verifica-se, ainda, que o mesmo processo de interação que possibilita descrever, construir sentidos, também torna possível reconstruí-los, considerando que a cada interpretação surge uma nova versão, distinta das demais.

7. Considerações finais

O principal conceito de que nos valem para o nosso estudo é o de que o conhecimento é uma construção da qual participam sujeitos inseridos no contexto, de maneira interativa.

Através do substrato dos dados coletados, foi possível identificar as manifestações construídas, perceber o conhecimento compartilhado das regras sociais, dos preceitos e dos papéis sociais. Identificamos, ainda, na relação que o sujeito tem com o mundo, um fluxo de pensamento divergente em que os meandros do pensamento se orientam para uma associação referenciada à aventura individual e simbólica de cada receptor, suas vivências e projeções, suas condições de individualidade e competências simbólicas e cognitivas.

Justa ou injustamente, existe a tendência de ver a fofoca como atividade trivial, especialmente pela sua definição como conversa fútil, conversa de bar, ou como desperdício de tempo tanto para quem faz fofoca quanto para quem a investiga. Mas entender as pessoas em seu ambiente social é assunto para a psicologia, especialmente para a psicologia social, que investiga os processos sociais e cujo componente central é a interação humana. Entendemos que a análise da fofoca pode nos ajudar a compreender a grande transação sobre a vida social, as complexas implicações morais e formas sutis de comportamento. Muitos dos autores estudados dizem que a análise da fofoca traz à luz a complexidade do pensamento e sentimento humanos.

A fofoca não necessariamente destrói a reputação ou enfraquece a confiança, mas tem a capacidade de gerar constrangimento. Por outro lado, ela favorece a interação e o entretenimento. E é devido a essa capacidade paradoxal, esse potencial de prejudicar e também de facilitar relações, que a fofoca tem especial importância no campo das interações sociais.

Bibliografía

- ALLPORT, G. y POSTMAN, L. (1953). *Psicología del rumor*. Traducción de José Clementi. (Título original: *The psychology of rumor*, 1947, Harvard/USA). Editorial Psique, Buenos Aires.
- AYIM, M. (1994). Knowledge through the grapevine: gossip as inquiry. En: Goodman, Robert F. y Ben-Ze'ev, Aaron (Org.) *Good gossip*. University of Kansas, EE UU.
- BEN-ZE'EV, A. (1994). The vindication of gossip. En: Goodman, Robert F. y Ben-Ze'ev, Aaron (Org.) *Good gossip*. University of Kansas, EE UU, pp. 11-24.
- BERGMANN, J. (1993). *Discreet indiscretions: the social organization of gossip*. Traducción de John Bednarz, Jr. (Título original: Klatsch: Zur Sozialform der discreten indiscretion, 1987, Berlin) Aldine de Gruyter, Nueva York.
- COULON, A. (1995). *Etnometodología*. Vozes, Petrópolis/RJ.
- DE SOUZA, R. (1994). In praise of gossip: indiscretion as a saintly virtue. En: Goodman, Robert F. y Ben-Ze'ev, Aaron (Org.) *Good gossip*. University of Kansas, EE UU, pp. 25-33.
- ECO, U. (1998). *Cinco escritos morais*. Record, Rio de Janeiro.
- (1998). *A informação entre a privacidade, a fofoca e a irrelevância*. Diario italiano *La República*. Disponible en: <http://observatorio.ultimosegundo.ig.com.br/artigos/jd200798f.htm> (Consulta: julio 20 de 1998).
- EMLER, N. (1994). Gossip, reputation, and social adaptation. En: Goodman, Robert F. y Ben-Ze'ev, Aaron (Org.) *Good gossip*. University of Kansas, EE UU, pp. 117-138.
- FESTINGER, L. (1954). A theory of social comparison process. En: *Human Relations*, No. 7, pp. 114-40.
- GEERTZ C. (1997). *O saber local*. Vozes, Petrópolis.

- GLUCKMAN, M. (1963). Gossip and scandal. En: *Current Anthropology*, No. 4, pp. 307-16
- GOFFMAN, E. (1985). *A representação do eu na vida cotidiana*. Vozes, Petrópolis.
- GOODMAN, R. F. y BEN-ZE'EV, A. (Org.) (1994). *Good gossip*. University of Kansas, EE UU.
- KAPFERER, J. (1993). *Boatos: o mais antigo midia do mundo*. Traducción de Ivone da Silva Ramos Maya. (Título original: Rumeurs: le plus vieux média du monde, 1993, France). Forense Universitária, Rio de Janeiro.
- LEVIN, J. y ARLUKE, A. (1985). An exploratory analysis of sex differences in gossip. En: *Sex Roles*, No. 12, pp. 281-286.
- (1987). *Gossip: The inside scoop*. Plenum Press, Nueva York/Londres.
- MEDINI, G. y ROSENBERG, E. H. (1976). Gossip and psychotherapy. En: *American Journal of Psychotherapy*. No. 30, pp. 452-62.
- MORREAL, J. (1994). Gossip and humor. En: Goodman, Robert F. y Ben-Ze'ev, Aaron (Org.) *Good gossip*. University of Kansas, EUA, pp. 56-64.
- NEVO, O.; NEVO, B.; DERECH-ZEHAVI, A. (1994). The tendency to gossip as a psychological disposition: Constructing a measure and validating it. En: Goodman, Robert F. y Ben-Ze'ev, Aaron (Org.) *Good gossip*. University of Kansas, EE UU.
- ROSNOW, R. L. y FINE, G. A. (1976). *Rumor and gossip: the social psychology of hearsay*. Elsevier Scientific Publishing Company. Nueva York/Amsterdam.
- SCHEIN, S. (1994). Used and abused: gossip in medieval society. In: Goodman, Robert F. y Ben-Ze'ev, Aaron (Org.) *Good gossip*. University of Kansas, EE UU, pp. 139-153.
- SCOTSON, E. N. (1985). Remarques sur le commérage. En: *Actes de la Recherche en Sciences Sociales*, No. 60, noviembre, pp. 23-29.
- SPACKS, P. M. (1995). *Gossip*. Knopf, Nueva York.
- SPINK, M. J. (Org.) (1999). *Práticas discursivas e produção de sentidos no cotidiano: aproximações teóricas e metodológicas*. Cortez, São Paulo.
- SPINK, P. K. (1976). *Pesquisa-ação e a análise de problemas sociais e organizacionais complexos*. Artículo basado en la 28ª Reunión Anual da Sociedade Brasileira para o Progresso da Ciência, Brasília (mimeo).
- (1999). Análise de documentos de domínio público. En: SPINK, M. J. *Práticas discursivas e produção de sentidos no cotidiano: aproximações teóricas e metodológicas*. Cortez, São Paulo.

(2000). *Um lugar para o lugar na psicologia*. ANPEPP (mimeo).

(2003). Pesquisa de campo em psicologia social: uma perspectiva pós-construcionista. En: *Psic. Soc.*, julio-diciembre, Vol. 15, No. 2, pp.18-42.

STIRLING, R. B. (1956). Some psychological mechanisms operative of gossip. En: *Social Forces*, No. 34, pp. 262-267.

SULS, J. M. (1977). Gossip as social comparison. En: *Journal of Communication*. No. 27, pp. 164-68.

TAYLOR, G. (1994). Gossip as moral talk. En: Goodman, Robert F. y Ben-Ze'ev, Aaron (Org.) *Good gossip*. University of Kansas, EE UU, pp. 34-46.

THOMAS, L. (1994). The logic of gossip. En: Goodman, Robert F. y Ben-Ze'ev, Aaron (Org.) *Good gossip*. University of Kansas, EE UU, pp. 47-55.

THOMPSON, J. B. (1998). *A mídia e a modernidade: uma teoria social da mídia*. Vozes, Petrópolis, RJ.

THOMPSON, J. B. (2002). *O escândalo político: poder e visibilidade na era da mídia*. Vozes, Petrópolis, RJ.

WYLEN, S. M. (1993). *Gossip: the power of the word*. KTAV Publishing House, Inc., New Jersey.