



Lengua y Habla
ISSN: 1316-1180
l@ula.ve
Universidad de los Andes
Venezuela

Pietrosemoli, Lourdes
El chisme y su función en la conversación
Lengua y Habla, núm. 13, enero-diciembre, 2009, pp. 55-67
Universidad de los Andes
Mérida, Venezuela

Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=511951369005>

- Cómo citar el artículo
- Número completo
- Más información del artículo
- Página de la revista en redalyc.org

redalyc.org

Sistema de Información Científica
Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal
Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso abierto

El chisme y su función en la conversación

Lourdes Pietrosevoli
Universidad de Los Andes
Mérida, Venezuela



El que carece de entendimiento menosprecia a su prójimo, mas el hombre prudente calla. El chisme traiciona una confidencia, mas el hombre de espíritu fiel guarda un secreto. (*Proverbios* 11: 12-13)

Coro de “Graciela la bochinchera”: *Graciela la bochinchera si no le cuentan monta un berrinche.*

Respuesta: *Claro que monto un berrinche porque a todos nos gusta el chisme mi hermano, pero solo a mi me dan la culpa. A mí el chisme me gusta porque es bueno y alimenta.* (Del álbum musical: *Machito y su gran orquesta cubana*).

Resumen

El chisme ha jugado un papel importante en la evolución de la inteligencia humana y de la vida social (Dunbar, 2004; Davis & McLeod, 2003). Juega un rol esencial en el aprendizaje cultural (Baumeister, Zhang, & Vohs, 2004) y tiene importancia como fuente de información en la comparación social (Suls, 1977; Wert & Salovey, 2004; 2004 a; 2004 b).

El presente trabajo examina siete situaciones de chisme con el objetivo de tratar de establecer sus funciones en la conversación cotidiana. Siguiendo a Haviland, (1977) se toma el chisme como un evento narrativo dentro del discurso conversacional y de acuerdo con una de las metodologías propuestas para su análisis (Foster 2004), se examinan las siete situaciones a la luz de las relaciones simétricas o asimétricas, y las posibilidades de aceptación o rechazo por parte del/los interlocutores.

A partir del análisis realizado se proponen las siguientes funciones para el chisme: a) economía de la información; b) señal de mantenimiento de la relación entre los interlocutores; c) demarcación de la propia figura y la del interlocutor en el momento preciso del intercambio de información; d) acercamiento, alejamiento o replanteamiento de posiciones en la escala de valores, creencias, afectos, etc. de los interlocutores.

Palabras clave: chisme, conversación, discurso.

Abstract

Gossip has played an important role in the evolution of human intelligence and social life (Dunbar, 2004, Davis & McLeod, 2003). It plays a key role in cultural learning (Baumeister, Zhang, & Vohs, 2004) and it is relevant as a source of information in social evaluation (Suls, 1977; Wert & Salovey, 2004, 2004, 2004 b).

This paper examines seven gossip situations with the aim of trying to establish their roles in everyday conversation. Following Haviland, (1977) gossip is considered as a narrative event within conversational discourse, and, according to one of the proposed methodologies for its analysis (Foster 2004), the seven situations are examined in the light of symmetrical or asymmetrical relations and the chances of acceptance or rejection on the part of the gossip recipient.

Based on the analysis, I propose that gossip in everyday conversation can be assigned the following functions: a) economy of information; b) maintenance of the relationship between partners; c) definition (or re-definition) of the speaker and hearer's *personae* at the time of the gossip exchange; d) rapprochement, estrangement, or re-adjusting of positions in the scale of values, beliefs, ascriptions, etc., of gossip-partners.

Keywords: gossip, conversation, discourse.

1. Introducción

El chisme es una actividad narrativa de la conversación a la que se dedican hombres y mujeres por igual. Esta actividad ha sido comúnmente execrada a partir del aspecto nocivo que puedan tener sus consecuencias. De hecho, muchas religiones lo han clasificado como una especie de pecado como se aprecia en el epígrafe de esta presentación.

Recientemente, sin embargo, el chisme ha recibido bastante atención desde diversos campos de la investigación. Es interesante saber, por ejemplo, que desde la psicología evolutiva (Dunbar, 2004; Davis & McLeod, 2003), se propone que el lenguaje se desarrolló en íntima relación con la cháchara y el parloteo que son el nicho natural del chisme. Recuérdese que si aceptamos que el lenguaje continuó en línea evolutiva desde otros sistemas de comunicación, estos ya tenían las señales básicas para la supervivencia de la especie: peligro, apareamiento, comida. El lenguaje, entonces, vino a suplir lo que no había: cháchara, actividad que, según autores como Dunbar, 2004, sustituyó o complementó en los homínidos parlantes la vieja –más primitiva– actividad del acicalamiento mutuo.

También recientemente y en relación con el campo de la computación se han desarrollado programas para detectar fallas en la transmisión de datos. Tales programas están basados en los esquemas de expansión de chismes en un determinado grupo humano, descritos en la sociología. Estos programas prestan un servicio que se denomina *gossip-style failure detection services*, es decir, *servicios de detección de fallas tipo chisme*.

Nigel Nicholson, profesor de la materia Conducta Organizativa en la Escuela de Administración de Empresas de Londres es uno de los autores con puntos de vista más originales sobre el chisme y su manejo en las empresas. Nicholson (2001) sostiene que el chisme va más allá del habla ociosa, que es la manera en cómo organizamos el mundo en tanto animales sociales (subrayado nuestro). Dice también el autor que la necesidad del chisme y el rumor es un instinto que el hombre moderno ha heredado desde la Edad de Piedra. En esa época –dice el autor– era vital recoger información sobre dónde se encontraba el alimento, quién era el jefe de la caza etc. Hoy en día no es diferente: “La gente crea rumores cuando no está segura y necesita rellenar ciertos vacíos de información... La gente chismea para crear una red social e incluirse a sí mismos en ese círculo. Para adjudicarse a sí mismos la ventaja de estar en el “grupo correcto”” (Nicholson 2001: 52-57).

El chisme es bueno para la persona –afirma Nicholson–, la hace psicológicamente más positiva. Un buen jefe, añade, no debe tratar de parar los rumores y los chismes con memorandos o e-mails. Debería involucrarse. Él lo llama “gerencia ambulatoria”

(*management-by-wandering-about*). Los jefes deben salir y comunicarse apropiadamente. Deben enterarse sobre los temas de conversación-chisme de su personal. Termina el autor diciendo que sin la red tradicional del chisme “la sociedad se derrumbaría. Cualquier sistema social necesita el chisme para permanecer intacto”.

Otro punto de vista novedoso sobre el chisme se encuentra en el Weblog *A Networked World*, en la sección *Gossip: The original knowledge economy*. En él, Earl Mardle, 2004, expresa lo siguiente:

Estoy seguro de que el chisme es una economía de la información. Nosotros intercambiamos trozos de información y puesto que aún mantenemos la información que estamos traspasando, podemos usar la que recibimos a cambio para construir una historia más coherente que **se transforma en una moneda de intercambio de un valor más alto que podemos intercambiar de nuevo**. Pero los chismosos de más éxito no sólo cambian y construyen sino que **crean significado y construyen entendimiento**. Los realmente exitosos son aquellos que pueden poner juntas las “migajas” informativas y construir algo que no solo sea coherente sino que tenga un alto valor de predicción y de creación de poder social. Tales personas se convierten en engranajes vitales en la arquitectura informativa de la organización. Mardle, 2004. *A Networked World*. www.kn.com.au/networks/2004/01/gossip_the_orig.html .

2. El presente trabajo.

2.1 Definiciones

Se han proporcionado numerosas definiciones de chisme. Como información interesante debemos decir que la etimología de la palabra en inglés tiene una acepción neutral, considerada por muchos incluso como positiva. *Gossip* en la lengua inglesa es una palabra presentada en los diccionarios como proveniente probablemente de *godsibb*, una persona con la que estamos relacionados en términos religiosos como padrinos, madrina, ahijado, ahijada¹, y hasta el 1.800, *gossip* denotaba amistad. Hoy en día sin embargo, *gossip* define el habla insustancial que presenta información sensacional o íntima. En otras palabras, en el inglés moderno, el término *gossip* no tiene necesariamente una connotación negativa sino es más

¹ Estas palabras en inglés llevan el componente “god”: godfather, godmother, godchild, etc.

bien considerado como la información íntima que compartimos sólo con aquellos que nos son cercanos.

La situación léxica para el español es ligeramente diferente. Nuestros diccionarios relacionan el término *chisme* con la palabra latina *schisma* –división, separación– (DRAE, 1984), o con *cimex*: chinche (DRAE, 2002). En cualquier caso, no hay nada positivo en su definición: *Noticia verdadera o falsa, o comentario con que generalmente se pretende indisponer a unas personas con otras o se murmura de alguna.*

En la bibliografía sobre el chisme como objeto de investigación se acepta que el chisme es una conversación evaluativa entre personas que tienen familiaridad entre sí, sobre asuntos que conciernen a una tercera persona que no está presente (Eder & Enke, 1991; Sabini & Silver, 1982). Algunas definiciones añaden que esta conversación debe ser negativa o maliciosa. (American Heritage Dictionary of the English Language, 1996; Hom & Haidt, 2001). Pero para otros, el chisme está considerado como una actividad social que se disfruta, que relaja y que permite la construcción de vínculos (Ben-Ze'ev, 1994; de Sousa, 1994).

La revisión bibliográfica también presenta datos interesantes acerca del tiempo que los humanos le dedican a esta actividad (Foster 2004). Según la definición que se le dé al término –es decir, si se incluye la posibilidad de un chisme “positivo” o no– encontramos cifras diferentes pero interesantes. Dunbar, Marriott, y Duncan (1997), por ejemplo, realizaron un muestreo de 45 conversaciones cada 30 segundos por el método de la escucha indirecta (*eavesdropping*) en público, y encontraron que los tópicos sociales relacionados con las personas presentes o con terceras personas (ausentes) constituían las **dos terceras partes del tiempo de la conversación tanto en hombres como en mujeres**, y sólo un 5% o menos de estas conversaciones se dedicaba a críticas negativas (chisme malicioso) sobre terceras personas. De igual manera, definiendo chisme a la manera de Dunbar et al. (1997)², el estudio de Emler (1994) encontró que el 70% del tiempo de conversación informal de las personas en su investigación estuvo dedicado al chisme.

² Los autores definen *chisme* en un sentido más amplio que se podría llamar *cháchara* en español (por *chit chat*, en inglés) y que incluye comentarios sociales no necesariamente evaluativos o negativos sobre terceras personas.

En el presente trabajo vamos a considerar el chisme como definido en Haviland, 1977 en su trabajo etnográfico sobre el Zinacanteco. Esta definición es comúnmente usada en otros trabajos (por ejemplo, Rafael Wittek y Rudi Wielers, (1998) en *Gossip in Organizations*) con algunas modificaciones. En los trabajos citados el chisme es considerado como un fragmento narrativo de la actividad conversacional. Tiene lugar en una interrelación cara a cara, principalmente; hoy en día debe añadirse la importante relación del “chat” a través de Internet. En tanto fragmento narrativo puede contener todos los elementos de una narración, así, una sesión de chisme se compone *grosso modo* de (1) identificación de los caracteres, (2) una historia, y (3), una evaluación.

2.2. Método

Foster 2004, presenta una extensa descripción sobre la metodología empleada para el estudio del chisme que puede resumirse de la manera siguiente:

- Participación del observador.
- Grabaciones de audio y vídeo.
- Escucha indirecta o espionaje (*eavesdropping*).
- Cuestionarios.
- Estudios experimentales.

La descripción hecha por Foster, está basada en una cuidadosa revisión que hay hasta la fecha del tópico del chisme. En esta revisión se discuten argumentos en favor y en contra de las diferentes metodologías y se concluye, razonablemente, con el reconocimiento de la necesidad de complementar las diferentes metodologías cada vez que esto sea posible. También se habla de la necesidad de estudios experimentales sobre el tópico.

El presente trabajo está basado en la primera de estas metodologías, es decir, la participación del observador. En todos los casos descritos, la autora ha estado presente bien sea como observadora de la situación de chisme en un grupo de hablantes, o más directamente, como receptora de un chisme en particular. En algunos casos, se ha cambiado ligeramente algunos datos para mantener el anonimato de los participantes. Sin embargo, la narración del chisme se ha mantenido sin modificación. Para la selección de una determinada situación como chisme se han empleado básicamente tres criterios tomados de Haviland, Witteck y Wielers (op.cit.):

- a) Interrelación cara a cara (en todos los casos ha habido participación del observador, bien como interlocutor principal o como interlocutor secundario en la situación de chisme).
- b) Presencia de narración, es decir, el emisor del chisme cuenta algo donde se pueden identificar personajes, complicación narrativa y evaluación.
- c) Hace referencia a tercera(s) persona(s) ausente(s) en la situación de la conversación.

2.3. El corpus

Para el presente trabajo se analizan siete (7) situaciones de chisme en las que hay relaciones simétricas y asimétricas de poder entre el emisor del chisme y su/sus receptor/es, y en las cuales se presentan las posibilidades de aceptación o rechazo de la información contenida en el chisme por parte del receptor. Llamo **aceptación**, de manera general, a la participación activa del receptor del chisme en la elaboración de éste, manifestada por preguntas, comentarios evaluativos, etc. Y llamo **rechazo** a la no participación que puede ir desde el silencio o la desviación del tópico, hasta la manifestación abierta de rechazo al chisme.

Es de hacer notar la dificultad que se encuentra en describir la situación y circunstancias en las que se produce un chisme en ausencia de una grabación (que es otra metodología de recolección de datos) a la cual acudir para la transcripción. Es por eso que al final de cada situación descrita que, necesariamente aparece comprimida, se hace un breve

análisis de esa situación para que el lector no deba recurrir dos veces a la lectura de cada situación. Estos son problemas inherentes a una metodología que no está ni mucho menos bien establecida.

Situación 1

Un patrón (P) emplea a un obrero (lo llamaremos O2: Obrero 2) quien es primo hermano de otro obrero (O1) que trabajaba previamente para P. El patrón (P) conversa a menudo con O2 y habla de O1 en términos laudatorios: sobre su eficiencia, puntualidad, habilidad en el trabajo de la tierra, etc. Esta situación se repite en dos oportunidades. A la tercera O2 le cuenta a P –quien acepta la información (el chisme)– sobre el problema de alcohol que O1 tiene últimamente y que le ha traído problemas con familia, vecinos y amigos. En el chisme contado por O2, éste ha propuesto una nueva escala de evaluación (¿comportamiento social?) donde él tiene una posición superior a la de su primo. En la escala anterior (trabajo) él ocupa –o siente que ocupa– un lugar inferior en la escala. **A través de la presentación del chisme por parte de O2, y a través de la aceptación por parte de P, se ha establecido una re-valoración del estatus de O2.**

Situación 2

Una patrona (P) alaba por su eficiencia a una anterior empleada (E1) en presencia de la nueva (E2) quien es pariente lejana de E1. La empleada anterior (E1) siempre tuvo problemas de sobrepeso, y E2 es delgada y preocupada por su apariencia. En poco tiempo E2 le informa a P que E1 está ahora “demasiado gorda”. Que come más de lo que debe. P al aceptar esta información evaluativamente acepta la comparación presentada por E2 en la que ésta sale ganando. E2, por su parte, le ha mostrado –indirectamente– a P la ventaja de tener una empleada que no se coma todo lo que encuentra a su paso, independientemente del rendimiento laboral. **De nuevo, la escala de eficiencia donde E2 ocupaba un lugar inferior a E1 ha sido sustituida por otra donde E2 se auto-ubica en un lugar superior.**

Situación 3

Un ingeniero joven I3 trabaja durante cierto tiempo bajo las órdenes de I2 quien es bastante mayor que I3. A la vez, I3 e I2 mantienen buenas relaciones profesionales, pero sus relaciones personales son distantes. Circunstancialmente, I2 e I3 se trasladan a otra ciudad donde entran a trabajar bajo un tercer profesional I1 de la misma edad de I3 (es decir, joven). Por razones de afinidad generacional y simpatía mutua I3 e I1 establecen muy pronto intimidad, de manera que a menudo intercambian chismes. I2 permanece fuera de esta relación. Sin embargo I3 le traspasa a I2 constantemente toda la información (chismes) que recibe de I1. **Este acto, aceptado por I2, plantea automáticamente el acortamiento de la distancia en la relación vieja y el establecimiento de una cierta paridad novedosa entre I2 e I3.**

Situación 4

Una madre (MA) y su hija adoptiva (HA) han enfriado las relaciones durante 4 años por un agravio cometido por la hija. En el ínterin, MA ha establecido nuevas relaciones con parientes lejanos PL que ahora se vuelven cercanos. A los 4 años de esta situación (HA) trata de restablecer la relación con MA y a la vez desplazar el grupo “intruso” PL. En la primera oportunidad de reconciliación, HA trae varios “obsequios informativos” –es decir, chismes– sobre PL. **Estos chismes, en su opinión, podrían ayudar a restablecer su relación anterior con MA. Esta, sin embargo, rechaza los chismes. No se produce el restablecimiento de la relación anterior.**

Situación 5

Dos empleadas públicas A y B llevan tiempo sin verse. B secretamente ha envidiado a A a lo largo de la relación amistosa. B necesita la aprobación y respaldo de A respecto a ciertos cambios que quiere proponer para la oficina. B le expone los planes a A y de paso le cuenta el chisme –que debe quedar entre ellas– sobre el intento de su jefe (jefe común) de seducirla. La empleada A acepta la información (con evaluaciones, reelaboraciones, etc.), **y, en la misma sesión conversacional acepta respaldar a B en sus proyectos.**

Situación 6

Un jardinero-vigilante de una comunidad clase media semi-rural, vive en esta comunidad (en tanto vigilante) pero sin pertenecer socialmente a ella. La forma de inserción en los dos grupos entre los cuales se mueve (los otros jardineros y los patronos correspondientes) se realiza a través de un flujo constante de chismes (de los cuales él es el portador) sobre una y otra comunidad. Su solidaridad con los patronos se efectúa proporcionando información sobre los otros jardineros de la comunidad: cuándo se emborrachan, cuándo están en verdad enfermos, cuándo se ven involucrados en problemas con la policía, etc. Por otra parte, su solidaridad con el grupo de jardineros se hace también a través de información útil sobre los patronos: cuándo (también) se emborrachan, quiénes pagan bien, quiénes son o no generosos, son o no estrictos con horarios de trabajo, dan o no buenos regalos en navidad, etc. **Este personaje que funciona de mensajero entre dos mundos de realidades socio-económicas muy diferentes se convierte en lo que ha sido denominado “gate-keeper” en sociología. En esta comunidad y de manera casi automática, ambos grupos acuden a este personaje para encontrar trabajo o trabajadores.**

Situación 7

Dos jefes A y B, en una misma organización, tienen sus secretarías C y D, respectivamente. A y B mantienen una amistad bastante sólida que incluye el intercambio constante de chismes. Igualmente, ambos jefes mantienen relación de chisme con su propia secretaria y con la secretaria del otro. Sin embargo, C es una secretaria de menor categoría que D, (por el escalafón, por la educación, etc.). C ha tratado en múltiples oportunidades de equilibrar estas diferencias en su relación con D a través de la “presentación” de chismes, **situación que D constantemente rechaza o boicotea para “dejar a C en su puesto”. El no**

aceptar los chismes de C, es un recuerdo constante (de D hacia C) de las diferencias que existen entre ambas.

3. Discusión

En la literatura se han asignado al chisme varias funciones, a menudo relacionadas con la teoría del intercambio social (Blau, 1964; Foa, 1971; Homans, 1950; Moreno, 1993; Parsons, 1960). Estas funciones, a su vez, ya habían sido adelantadas en Stirling, 1956. Esta última autora fue de las primeras en considerar el chisme como potencialmente benéfico socialmente en tanto facilitador del flujo de información, proveedor de diversión y relajamiento, fortalecedor de los controles sociales y creador de solidaridad.

En las situaciones descritas, podemos observar que el chisme ha constituido la unidad narrativa por excelencia de la actividad conversacional y cumple algunas de las funciones descritas en la literatura y además otras:

- i. Señal de mantenimiento de la relación entre los interlocutores: todo está igual de bien que antes. Esto está mostrado principalmente en la situación 5 en la que las empleadas que llevan tiempo sin verse, usan el chisme como una demostración de que la antigua amistad y relación pervive en los mismos (buenos) términos que tenían la última vez que se vieron. Esta función del chisme ha sido señalada principalmente por Ben-Ze'ev, 1994; de Sousa, 1994.
- ii. Demarcación de la propia figura respecto a la del interlocutor en el momento preciso del intercambio de información: yo soy esto y no lo que tú propones. Por ejemplo en los casos 1 y 2. En estos casos, ambos empleados emplean el chisme para auto-valorizarse ante lo que interpretan como críticas por parte de su patrona. Al devaluar por medio del chisme a los anteriores empleados, ciertos aspectos positivos sobre ellos mismos salen (o podrían salir) a la luz. Esta utilización del chisme como acto de reafirmación o auto-valorización no es mencionada en la literatura revisada hasta los momentos y creo que debe explorarse en futuras investigaciones.

- iii. Acercamiento, alejamiento o replanteamiento de posiciones en la escala de valores, creencias, afectos, etc. de los interlocutores, principalmente en las situaciones 3, 4, 5 y 7. En las situaciones 4 (madre adoptiva-hija adoptiva) y 5 (secretarias de diferente rango) hay una presentación del chisme pero también un rechazo por parte del interlocutor. El efecto de este rechazo es clave en la definición de la relación. No hay aceptación, no hay acercamiento. En cambio, en las situaciones 3 (ingenieros) y 5 (empleadas) el chisme es un catalizador para el acercamiento entre los interlocutores. En estas dos últimas situaciones (3, 5) observamos el chisme como una verdadera moneda de intercambio de alto valor (Mardle, 2004).
- iv. Economía de la información, bien ilustrada en la situación 6 en la que los integrantes de la comunidad encuentran, sin mucho trabajo, información resumida (en el chisme) para dar/rechazar, o recibir/rechazar tanto a posibles empleados, como a empleadores.

4. A manera de conclusión

En este primer trabajo sobre el chisme observamos como las funciones señaladas van a estar matizadas por importantes factores tales como la aceptación o rechazo de la información presentada, así como de las relaciones de poder existentes entre los participantes.

Este estudio inicial también sugiere que a las estratificaciones sociales más rígidas (clases sociales) se sobreponen una serie de relaciones de poder que burlan –al menos temporalmente– las fronteras de estas clases. Estas transgresiones temporales, en situaciones como la del chisme, por ejemplo, –sin ser las únicas– nos permiten encontrar el poder personificado repentinamente en personajes insospechados de la red social: una empleada, una secretaria, un jardinero, etc. Estas relaciones de poder son dinámicas, se mueven constantemente, y operan a veces independientemente y a pesar de las clases sociales establecidas.

El chisme funciona en esta segunda red de relaciones y si bien el/la persona porta-chismes no cambia de clase social a través del ejercicio de su actividad, establece unas relaciones de

poder en la relación diaria con sus superiores que constantemente la revalorizan en una escala que no por ser transitoria es menos poderosa.

Volviendo al concepto expresado por Mardle (2004) y fijándonos en el ejemplo 6, vemos como el chisme, efectivamente funciona como *una economía de la información*. En este ejemplo, vemos como R, a través de su capacidad de construcción de información coherente y predictiva, se ha convertido en lo que Mardle llama “un engranaje vital en la arquitectura de la información” en la comunidad en la que se desenvuelve. Pero no solamente esto, también el chisme al decir de De Sousa, podría ser una forma subversiva del poder: **“Cuando una persona es relegada en un grupo bien sea por su situación o por convenciones sociales, el chisme queda como una vía de averiguación y una fuente de información.”** De Sousa, (1994: 25-33).

Para concluir, debo añadir que el estudio del chisme –su estructura, sus funciones, y aun sus efectos– es legítimo en el análisis del discurso conversacional. Desestimarlos, solo nos conduce a ignorar una de las más importantes actividades lingüísticas de los humanos, desde el comienzo de los tiempos.

Referencias

- American Heritage Dictionary of the English Language. Boston: American Heritage Publishing CO. INC. 1996.
- Baumeister, R. F., Zhang, L., & Vohs, K. D. (2004). Gossip as cultural learning. *Review of General Psychology*, 8, 111-121.
- Ben-Ze'ev, A. (1994). The vindication of gossip. In R. F. Goodman & A. Ben-Ze'ev (Eds.), *Good gossip* (pp. 11–24). Lawrence: University Press of Kansas.
- Blau, P. M. (1964). *Exchange and power in social life*. New York: Wiley.
- Davis, H., & McLeod, S. L. (2003). Why humans value sensational news: An evolutionary perspective. *Evolution and Human Behavior*, 24, 208-216.
- Diccionario de la Lengua Española, Madrid, Espasa-Calpe. 1984, 2002
- Dunbar, R. I. M., Marriot, A., & Duncan, N. D. C. (1997). Human conversational behavior. *Human Nature*, 8(3), 231-346.
- de Sousa, R. (1994). In praise of gossip: Indiscretion as a saintly virtue. In R. F. Goodman & A. Ben-Ze'ev (Eds.), *Good gossip* (pp. 25–33). Lawrence: University Press of Kansas.
- Dunbar, R. I. M. (2004). Gossip in an evolutionary perspective. *Review of General Psychology*, 8, 100-110.

- Eder, D., & Enke, J. L. (1991). The structure of gossip: Opportunities and constraints on collective expression among adolescents. *American Sociological Review*, 56, 494-508.
- Emler, N. (1994). Gossip, reputation, and social adaptation. In R. F. Goodman & A. Ben-Ze'ev (Eds.), *Good gossip* (pp. 117-138). Lawrence: University Press of Kansas.
- Foa, U. G. (1971). Interpersonal and economic resources. *Science*, 171, 345-351.
- Foster, E. K. (2004). Research on gossip: Taxonomy, methods, and future directions. *Review of General Psychology*, 8, 78-99.
- Haviland, John Beard. (1977). *Gossip, Reputation and knowledge in Zinacantan*. Chicago: University of Chicago Press.
- Homans, G. C. (1950). *The human group*. New York: Harcourt, Brace.
- Hom, H., & Haidt, J. (2001, February). Psst, did you hear?: Exploring the gossip phenomenon. Paper presented at the meeting of the Society for Personality and Social Psychology, San Antonio, TX.
- Mardle, Earl. Gossip, the original knowledge economy. [Weblog entry]. A Networked World. 2004. www.kn.com.au/networks/2004/01/gossip_the_orig.html .
- Moreno, J. L. (1993). *Who shall survive?: Foundations of sociometry, group psychotherapy and sociodrama*. McLean, VA: American Society of Group Psychotherapy and Psychodrama.
- Nicholson, N. (2001). *Executive Instinct*: N.Y.: Random House.
- Parsons, T. (1960). *Structure and process in modern societies*. Glencoe, IL: Free Press.
- Sabini, J., & Silver, M. (1982). *Moralities of everyday life*. New York: Oxford University Press.
- Stirling, R. B. (1956). Some psychological mechanisms operative in gossip. *Social Forces*, 34, 262-267.
- Suls, J. M. (1977). Gossip as social comparison. *Journal of Communication*, 27, 164-168.
- Wert, Sarah R. y Peter Salovey. (2004). A social comparison account of gossip. *Review of General Psychology*, 8, 122-137.
- Wert, S. R., & Salovey, P. (2004a). A social comparison account of gossip. *Review of General Psychology*, 8, 122-137.
- Wert, Sarah R. y Salovey, P. (2004b). Introduction to the special issue on gossip. *Review of General Psychology*, 8, 76-77.
- Wittek, R. y Wielers, R. (1998). Gossip in Organizations. *Computational and Mathematical Organization Theory*, 4, 2: 189-204.