

A vida dos outros: **o mexerico na comunicação humana**

Jacques A. Wainberg



Editora Fundação Fênix

A Vida dos Outros

O Mexerico na Comunicação Humana

Controle social

O poder das narrativas

Cuidados com a língua

O silêncio e a falação

O falso e o segredo

Presença e proximidade

Ruminação social

Biografia e rumor

Diários e blogs

Formatos e aparências

Evolução e simbiose

Conclusão e considerações finais



Editora Fundação Fênix



Jacques A. Wainberg

**A vida dos outros:
O Mexerico na Comunicação Humana**

Série Humanidades e interdisciplinaridade

Conselho Editorial

Editor

Agemir Bavaresco

Conselho Científico

Agemir Bavaresco – Evandro Pontel

Jair Inácio Tauchen – Nuno Pereira Castanheira

Conselho Editorial

Augusto Jobim do Amaral

Cleide Calgaro

Draiton Gonzaga de Souza

Evandro Pontel

Everton Miguel Maciel

Fabián Ludueña Romandini

Fabio Caprio Leite de Castro

Fábio Caires Coreia

Gabriela Lafetá

Ingo Wolfgang Sarlet

Isis Hochmann de Freitas

Jardel de Carvalho Costa

Jair Inácio Tauchen

Jozivan Guedes

Leno Francisco Danner

Lucio Alvaro Marques

Nelson Costa Fossatti

Norman Roland Madarasz

Nuno Pereira Castanheira

Nythamar de Oliveira

Orci Paulino Bretanha Teixeira

Oneide Perius

Raimundo Rajobac

Renata Guadagnin

Ricardo Timm de Souza

Rosana Pizzatto

Rosalvo Schütz

Rosemary Sadami Arai Shinkai

Sandro Chignola

Thadeu Webber

Jacques A. Wainberg

**A vida dos outros:
O Mexerico na Comunicação Humana**



Editora Fundação Fênix

Porto Alegre, 2023

Direção editorial: Agemir Bavaresco
Diagramação: Editora Fundação Fênix
Concepção da Capa: Editora Fundação Fênix

O padrão ortográfico, o sistema de citações, as referências bibliográficas, o conteúdo e a revisão de cada capítulo são de inteira responsabilidade de seu respectivo autor.

Todas as obras publicadas pela Editora Fundação Fênix estão sob os direitos da Creative Commons 4.0 –
http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.pt_BR



Série Humanidades e Interdisciplinaridade – 15

Catálogo na Fonte

W141v Wainberg, Jacques A.
A vida dos outros [recurso eletrônico] : o mexerico na comunicação humana / Jacques A. Wainberg – Porto Alegre : Editora Fundação Fênix, 2023.
78 p. (Série Humanidades e Interdisciplinaridade ; 15)
Disponível em: <<http://www.fundarfenix.com.br>>
ISBN 978-65-5460-036-1
DOI <https://doi.org/10.36592/9786554600361>

1. Comunicação humana. 2. Narrativas. 3. Relações humanas. 4. Controle social. I. Título

CDD: 302.2

Responsável pela catalogação: Lidiane Corrêa Souza Morschel CRB10/1721

Sumário

A Vida dos Outros	9
O Mexerico na Comunicação Humana	9
Controle social	10
O poder das narrativas	15
Cuidados com a língua	21
O silêncio e a falação	23
O falso e o segredo	29
Presença e proximidade	32
Ruminação social	36
Biografia e rumor	38
Diários e blogs	42
Formatos e aparências	50
Evolução e simbiose	56
Conclusão e considerações finais	63

A Vida dos Outros

O Mexerico na Comunicação Humana

Com o passar do tempo o significado original do vocábulo *burguês* se alterou. Deixou de ser um substantivo que nomina o habitante do burgo, a cidade murada da baixa Idade Média. O termo refere agora uma classe social. Vive neste meio o *Socialite*.¹ O cronista social percorre a trilha das festas que esta figura promove. A proximidade com os mais ricos, com os chiques e com os famosos o transforma em celebridade.

Foi o que aconteceu no Brasil com Ibrahim Sued (1924-1995) (Travancas, 2001). Sua atuação ocorreu num tempo no qual a sociedade brasileira estava sedenta de glamour e de charme. O interesse da imprensa pela elite econômica e pelos famosos tinha sido estabelecido no país por Maneco Muller (1923-2005), ele próprio um grã-fino acostumado aos costumes deste círculo, um tema cantado em *Café Soçaité* por Jorge Veiga e em *Burguesinha* por Seu Jorge (Souza, 2007; Dorneles, 2017).²

As plataformas da fama de agora, entre elas as capas de revistas, as escolas de samba, os *reality shows*, os concursos de beleza, os desfiles de moda e *rankings* como as Dez Mais destacam as beldades que se exibem à frente de todos. Para isso acontecer elas desejam e precisam cair no gosto popular. Os bem-sucedidos integram o que os comentaristas ironicamente chamam de *classe*

¹ Este termo foi utilizado em 1928 pela primeira vez pela revista Time.

² <https://www.lettras.mus.br/jorge-veiga/1090683/>

<https://www.lettras.mus.br/seu-jorge/1089741/>

mídia, um ambiente chamado pelos críticos de *sociedade dos elogios mútuos*.³

Controle social

Lady Diana é caso exemplar de figura que frequentou os comentários dos populares. Ela sabia manejar com maestria os *paparazzi* que a perseguiram por onde andava. Provocava e desafiava a curiosidade do povo. A Princesa gastava seu tempo com frivolidades e cultivava sua imagem visitando algum hospital de caridade. Era a monarca que vivia infeliz no castelo dos monarcas. Seus casos secretos de amor serviam de assunto aos mexericos dos populares.

Lady Dy se tornou uma das mulheres mais fotografadas da história. Ela despertou um grau elevado de empatia com os que acompanhavam sua vida de longe. O murmúrio coletivo e persistente sobre sua vida ajuda explicar a audiência de 2.5 bilhões de telespectadores que assistiram seu enterro em 1997.

Em resposta à sua morte trágica ocorrida num acidente leis foram promulgadas em vários lugares limitando a ação dos cinegrafistas e dos fotógrafos que passaram a utilizar drones para invadir a privacidade dos famosos. Na Califórnia um regulamento deste tipo foi aprovado em 1998. Em Londres, quem perseguir Kate Middleton (a duquesa de Cambridge, esposa do Príncipe Williams) é passível de processo civil. Um célebre embate jurídico deste tipo

³ A expressão é de Paulo da Costa e Silva, Revista Piauí, 06/02/2015.

ocorreu em 1973 quando Jackie Onassis enfrentou o mais célebre paparazzo dos Estados Unidos, Ronald Gallela.

Estes são exemplos de figuras cuja fama ultrapassa as fronteiras nacionais e também conquista o imaginário de públicos estrangeiros. Entre elas estão também os astros do showbiz e dos esportes e de figuras de outras áreas como a política e as finanças. Em vários casos o mexerico sobre elas sobrevive no tempo.

A perseguição que Lady Dy sofria dos *paparazzi* é típica do que ocorre com os renomados. Os fotógrafos não recuam diante de nada, dizia em 1979 a revista O Cruzeiro referindo-se aos tropeços dos que corriam atrás de Brigitte Bardot durante sua visita ao Brasil. Os *paparazzi* "são caçadores de escalpos dos tempos modernos. Dedicam-se a isso de corpo e alma." ⁴

O termo *paparazzi* surgiu do nome de um personagem do filme *La Dolce Vita* de Federico Fellini. Ele deriva de *papataceo*, um tipo de mosquito que cerca as pessoas. Hoje esta atividade é feita por agências que distribuem o mexerico aos clientes sejam eles veículos de comunicação, blogs ou fãs que acessam os conteúdos através de aplicativos e do Youtube (McNamara, 2011). ⁵ Esta atividade cresceu ainda mais a partir dos anos 80 quando as emissoras de televisão começaram a solicitar ao público vídeos caseiros para mostrar nos seus programas de entretenimento. É agora uma febre graças ao Tik-Tok e ao Instagram.

⁴ Edição 5, 1979

⁵ <https://www.x17online.com/>

Fica claro com estes exemplos que a fofoca é uma maneira de transmitir informação sobre a vida dos outros. É também uma maneira de administrar a reputação alheia (Sommerfeld et al., 2007). O mexerico está bem documentado na observação que se fez e ainda se faz nas sociedades tribais e orais (Radin, 1927; Malinowski, 1923; Van Vleet, 2003; Kane, 1995) onde este tipo de comentário desempenha várias funções sociais (Gluckman, 1963; Radin, 1927).

Os gregos adoravam a deusa *Pheme*, a última filha de *Gaia*, a criadora do planeta. Ela era retratada como uma terrível figura alada que se deliciava em arrepiar as penas. Sob cada uma havia um olho curioso, uma orelha em pé e uma língua sacudindo. A figura voava de um lugar ao outro em grande velocidade, tagarelando e gritando mentiras e meias-verdades para qualquer pessoa que quisesse ouvir.

O mexerico que esta figura representa era temido na Grécia antiga porque esta era uma arma nas mãos dos escravos que puniam seus senhores com a revelação de seus segredos privados. Esta cena, a de um serviçal que ouve algo dito em surdina e o divulga aos quatro cantos como um meme aparece na comédia *As Rãs* de Aristófanes. Outra razão que explica este temor é o fato de que o diz-que-diz-que do povo era acolhido como evidência nos tribunais de Atenas (Eidinow, 2015).

Em cada bairro grego (*demo*) vivia em média 120 homens adultos. Eram eles e não as mulheres que fofocavam na barbearia, na sapataria e no mercado. Neste tipo de comunidade as famílias se conheciam pelo nome e umas vigiavam as outras visualmente

(Hunter, 1990). Sócrates aplicava um teste para avaliar o mexerico que circulava e que continua a se espalhar 15 a 20 vezes mais rápido do que as notícias da imprensa moderna.⁶ O filósofo queria saber se o que se dizia de boca em boca era verdade. Depois se era uma mensagem bondosa e finalmente se tinha alguma utilidade.

O hábito de contar aos amigos histórias sobre a vida dos outros também foi praticado na Mesopotâmia. Prova disso está num tablete cuneiforme que relata o caso secreto de amor entre um político e uma mulher casada (Wilkes, 2002). Outra fonte cita o epigramista e fofoqueiro Marco Valério Marcial (40-102 EC), um dos primeiros colunistas sociais de Roma (Wills, 2008). Nesta cidade se publicava a Acta Diurna, uma gazeta gravada em pedra ou metal exposta nas vias públicas como jornal mural. Ela circulou entre 59 AEC e 222 EC comunicando não só as notícias oficiais como também notas sobre casamentos, divórcios, falecimentos, acidentes, nascimentos e festivais (Wright, 2016).

O fato indiscutível agora é que é impossível imaginar a vida humana sem este tipo de conversa mantida por pessoas reunidas em pequenos grupos. Ela ajuda a fortalecer a coesão do aglomerado e contribui à vigilância moral dos membros da confraria.⁷ Ser membro de um grupo é ter o privilégio de poder fofocar com os amigos.

⁶ <https://english.tupaki.com/politicalnews/article/Fake-News-More-Viral-Than-the-Truth--Study-Finds/67684>

⁷ <https://vejario.abril.com.br/cidade/intrigas-sociedade-carioca/>

É o que acontece também no Irã, no Afeganistão, no Oriente Médio e no sul da Ásia. Nesses lugares um mexerico maldoso sobre o comportamento impróprio de uma mulher abala sua reputação de tal modo que sua chance de um bom casamento diminui e às vezes termina. Em muitos lugares são comuns também os crimes de honra cometidos para proteger a dignidade da família. A mulher sofre um risco maior de ser acusada pela voz do povo de algum deslize moral. Para não serem maltratadas pelo mexerico algumas vítimas sofrem em silêncio a ofensa (Hegland, 2009). A verdade é que em alguma medida a reputação da pessoa é fator grave em todas as culturas (Fonseca, 2000).

Estudo antropológico realizado no México sobre a *habladuria y murmuración* comprova a eficiência da fofoca como instrumento de vigilância moral (Mugford, 2017). Outro exemplo mostra que o mexerico foi o instrumento que o povo utilizou em Roma para tentar controlar o comportamento da elite política (Rosillo-López, 2017). A prática existiu também entre os índios sioux (Hassrick, 1964; p. 328) e entre os Makah, a tribo que vive próxima de Washington. A fofoca é utilizada na competição que esses indivíduos travam para alcançar posições de comando (Colson, 1974). Documentação mostra que ela foi aplicada no século XVIII na cidade de Kortrijk (ou Courtrai) localizada na região flamenga da província de Flandres Ocidental do território belga. Quem violasse as normas sociais neste local era punido com a divulgação pública de seu nome (Hofman, 2014).

Outras fontes documentam o mexerico entre os camponeses de Trinidad e do Haiti, entre os índios navajos, nos pequenos vilarejos da Andalusia, nas comunidades de pescadores de Maine, entre os pecuaristas da Califórnia, entre os índios Tzotil no México e nas aldeias de Papua Nova Guiné (Ingram, 2018).

Conclui-se que o mexerico é uma ocorrência universal. Ele é especialmente poderoso nas pequenas comunidades. Quando o mexerico é negativo ele pode intoxicar o ambiente social de tal forma que o alvo se vê forçado a abandonar o local.

O poder das narrativas

A abordagem funcionalista (Gluckman, 1963) destaca os efeitos sociais do fuxico. Outra abordagem conhecida como *transacionalista* (Berne, 1964) difundida por Robert Paine (1967) interpreta o mexerico como um instrumento utilizado pelos indivíduos para defender seus interesses privados. A visão interacionista acomoda as duas correntes, a funcionalista e a transacionalista, ao mostrar que através da confabulação a realidade cultural e as relações sociais podem ser representadas, debatidas e negociadas. Autores clássicos contribuíram a esta terceira e poderosa visão. Entre eles estão George Simmel, George Herbert Mead, Herbert Blumer e Erving Goffman.

O fuxico coloca os interlocutores em posição de superioridade, pois podem falar livremente sobre alvos ausentes do encontro e da conversação. Neste caso o mexerico é definido como *discreta*

indiscrição (Bergmann, 1987). Os que fofocam fortalecem dessa forma suas alianças e amizades.

No século XIX usava-se no Brasil o verbete *noveleiro*. Depois surgiu o vocábulo *fofoqueiro* que passou a competir com *mexerico* em 1925. O termo acabou registrado no dicionário somente em 1975. A revista O Cruzeiro comentava em 1958 que *fofoca* estava “mais em evidência que batom em boca de vedete”. A origem deste verbete parece ser uma das línguas do grupo banto que inclui o angolano e o congolês. Já o uso de *mexerico* acontece em língua portuguesa desde o século XV. *Futrica* e *fluxico* são vocábulos que apareceram no século XIX.

Dizia-se *palestrar* em vez de *conversar* para descrever o que faziam as pessoas nas *rodas de amigos*, geralmente homens que se encontravam nas livrarias, nas chapelarias, nas charutarias e nos cafés. Isso também acontecia à frente das casas onde eram colocadas cadeiras nas calçadas para as pessoas “cavaquearem” com os vizinhos. Esta era uma prática comum também entre os boêmios.

Em inúmeras ocorrências o papel subversivo deste tipo de diálogo apareceu. É o que aconteceu nas 4300 tavernas parisienses antes da revolução francesa de 1789 (Lima, 2017). A ideia da rebelião contra os monarcas fermentou nessas confabulações dos populares (Cole, 2019). Uma das vítimas frequentes dos comentários do povo era Maria Antonieta, a austríaca de Viena que casara em 1755 aos 15 anos de idade com o rei Luiz XVI. Acabaria degolada pelos revolucionários em 1793.

Os que divulgavam os escândalos e os segredos eram chamados de *nouvellistes de bouche*. Eles atuavam às vezes nos parques e sob a sombra de uma árvore frondosa contavam o que sabiam aos curiosos. É o que aconteceu também nos *coffee-houses*. A prática atraiu a atenção da polícia que combatia a difusão dos comentários com medo de sua afetação política. As ideias revolucionárias circulavam desta forma e também nos panfletos chamados de *nouvellistes à la main*. O hábito daria origem mais tarde nos Estados Unidos à imprensa militante denominada de *muckraking*.

Na França, o Rei Sol, Luís XIV, fez circular um jornal que celebrava sua figura. Era uma peça de relações públicas que enfrentava a imprensa alarmista das gazetas que faziam sua guerra psicológica anunciando falsamente a morte do monarca. O *fake news* era chamado naquela época de *conto*. Alguns eram escritos à mão e cada exemplar passava de leitor a leitor às vezes contrabandeado de outros lugares. Os “contos de dar água na boca” eram lidos em voz alta para o público que se juntava para ouvir os relatos. Falava-se sobre tudo e sobre todos desde que tivesse algum elemento de novidade e emoção. Certamente, muitas dessas histórias eram pura invenção. Também neste caso a polícia estava por perto para ouvir o que diziam os fofoqueiros de plantão (Darton, 2005). Vários gazeteiros acabaram presos, açoitados e banidos. Um contista, Mortandré, teve seu nariz cortado por causa disto. Esta mídia artesanal foi utilizada à exaustão nas disputas religiosas da época entre jansenistas e cristãos.

Sissi, a Imperatriz também foi objeto de mexericos. A história conta que a bela Isabel Amália Eugênia, de 15 anos, nascida no seio de uma família tradicional da Baviera - os Wittelsbach - acompanhava sua irmã *Nené* (Helena) à corte onde ela iria encontrar o jovem imperador Francisco José, seu prometido. Este, ao ver Sissi, se apaixonou por ela deixando a irmã decepcionada de lado.⁸ Apesar da forte oposição da mãe do rei à união do filho com a intrusa Sissi se junta aos 16 anos à dinastia dos Habsburg em 1854.

Resulta que ela, como Lady Dy, viveria infeliz (e doente) no palácio. A sogra se metia na vida do casal. Ela acabaria assumindo a educação das netas, uma das quais morreria na infância, e de Rudolf, o neto. Francisco José passaria a vida apaixonado pela mulher que dele se distancia, em especial após o suicídio do filho.⁹ Sissi morreria em 10 de setembro de 1898, assassinada pelo anarquista Luigi Lucheni que lhe cravou uma faca afiada no lado esquerdo do peito.

⁸ <https://www.instagram.com/p/BmdKP47BJEm/>

⁹ Houve na época uma onda de suicídios em consequência do niilismo existencial reinante na sociedade europeia. Morreram dessa forma o irmão do compositor Gustav Mahler, três filhos do filósofo Ludwig Wittgenstein e o companheiro de Rudolf. O sociólogo Alfred Schütz ruminou esta ideia por algum tempo. Em Londres se mataram duas das três filhas de Karl Marx, Laura e seu marido e Eleanor que se envenenou aos 43 anos. O suicídio do neurologista Nathan Weiss interessou a Freud que com este caso iniciou sua trajetória na psicologia. Essas ocorrências atraíram a atenção da Sociedade Psicanalítica de Viena que promoveu um simpósio sobre o assunto em 1910. Em 1897, Emile Durkheim tinha publicado *O Suicídio: Estudo em Sociologia*. Diria na obra que a nova sociedade capitalista e industrial era a responsável pelo desespero humano. Isso se refletia no comportamento *blasé* das pessoas. Cinco seriam as causas da onda de suicídios: o novo individualismo, o aumento nos desejos humanos promovido pelo capitalismo, a excessiva liberdade oferecida às pessoas neste tipo de sociedade, o enfraquecimento da nação e da família e o enfraquecimento da fé religiosa. O ser humano se mata porque a sociedade teria perdido a coesão social com o ocaso da religião, diz Durkheim. O argumento sobre a responsabilidade do capitalismo foi repetido por Erich Fromm em *Psicanálise da Sociedade Contemporânea* (Wainberg, 2015, p. 303).

A partir de 1955, um público estimado entre 20 e 25 milhões de pessoas foi aos cinemas de todo o mundo assistir a trilogia que conta essa história. Sissi foi estrelada por Romy Schneider, papel que a consagrou. Animados por essa narrativa cerca de cinco milhões de turistas visitam anualmente o local onde a triste Sissi viveu em Viena.

Narrativas como estas são poderosas. É assim que os seres humanos educam as novas gerações, contam o que se passa na sociedade e interpretam a realidade. Para onde se volta a pessoa ouve histórias. Elas estão em todos os lugares em várias formas – mitos, lendas, fábulas, crônicas, novelas, dramas, notícias e comédias registradas nas revistas, nos jornais e nos mexericos contados em todos os lugares nos quais as pessoas se encontram.

Como mencionado, algumas fofocas são pura fantasia. Outras almejam capturar a realidade e lembrar o passado. Outras ainda desejam prever o futuro. Em todas há uma forte carga emocional. Contar uma história visa enquadrar os personagens num *plot* dotado de tensão, contrastes e finalmente de significado.

Um tipo de mexeriqueiro temido é o *whistleblower*, o *dedo-duro* que sussurra e delata uma verdade. Exemplo de 2021 é Frances Haugen que revelou ao público uma série de documentos internos do Facebook com o objetivo de mostrar como a empresa polariza o ambiente político e prejudica a saúde mental dos adolescentes.

Já a delação feita aos sussurros é recurso utilizado por serviços de inteligência e por ONGs que controlam dessa forma atores cujo comportamento é julgado nocivo à sociedade. É uma

denúncia que rompe com o silêncio que protege os envolvidos. Tal informe é considerado valioso, pois expõe a verdade nua e crua dos fatos. O que é dito às claras pelo informante depõe contra a mentira, o segredo e a hipocrisia. O aparato estatal de muitos países reconhece a importância deste tipo de relato ao conceder um prêmio ou vantagem ao informante fofoqueiro.

Quando o ato é espontâneo o denunciante adquire aos olhos dos segmentos rebelados a imagem de herói. Seu sofrimento moral lhe confere o título de mártir político. Exemplos clássicos são as dissidências de Daniel Ellsberg durante o período da Guerra do Vietnã (Ellsberg, 2013) e de Edward Snowden perseguido pelo governo americano por suas revelações de documentos secretos do país (Greenwald, 2014; Gurnow, 2014). No Brasil contemporâneo destacam-se os casos de Roberto Jefferson e de Pedro Collor de Melo que revelaram ao público a corrupção existente nos governos de Lula e de Fernando Collor de Mello.

A delação às vezes é referida de forma pejorativa. O ato de denunciar é chamado de alcaguetagem. Outros verbetes para fofoqueiro são *dedo de gesso*, *dedo duro* e *dedo de sete*. Ele é chamado ainda de X9, numa referência ao detetive X9, um agente secreto de uma história em quadrinho americana. X9 foi também o nome dado ao pavilhão no qual os informantes da polícia eram recolhidos no presídio do Carandiru, em São Paulo.

Cuidados com a língua

O silêncio é o refúgio da inocência presumida. Este abrigo à confissão exige que a investigação produza as provas da culpa. O silêncio não é considerado uma evidência de malfeitoria, muito embora possa ser interpretado como indício de insinceridade.

Por isso mesmo se lê em *Provérbios* (26:22) que “as palavras de um delator são [como] petiscos deliciosos”. A fofoca é amplamente praticada porque falar sobre tema privado e às vezes secreto da vida de alguém é uma prática reveladora que dá prazer às pessoas.

Este efeito está documentado num estudo que mostra a liberação pelo cérebro da oxitocina no momento em que a pessoa mexerica. O volume do hormônio é maior do que noutras formas de conversação. O fato permite afirmar que a fofoca faz bem à saúde (Brondini et al., 2017).

Existem outros benefícios ainda. Quando a observação direta de um fato não é possível o mexerico facilita o aprendizado. Ele constrói e fortalece as relações interpessoais e alinha as impressões da gente sobre as ocorrências (Jolly & Chang, 2021).

O hábito é julgado malicioso pelos intérpretes bíblicos que a denominam de *Lashon Hara* (*Língua Ferina*) em hebraico. *Cuidados com a Linguagem*, obra escrita pelo rabino Israel Meir Kagan (1838-1933) na primeira metade do século XX esclarece os casos nos

quais se pode falar *pelas costas* sem difamar o alvo.¹⁰ É o que diz outra vez Provérbios (21:23): "*O que guarda a boca e a língua guarda das angústias a sua alma ... Sua boca e língua são dois dos seus maiores inimigos. Se você os mantiver sob controle e só falar as palavras certas no momento certo, sua vida será abençoada.*"

Na exegese talmúdica a lepra é utilizada como metáfora de mexirico. Os intérpretes dizem que o julgamento que se faz dos outros no diz que diz contamina o ambiente, pois abala a solidariedade social. Este mal obriga o fofoqueiro a se isolar como um leproso para na quarentena fazer uma análise de seu comportamento frente aos demais.

No mundo original de Kagan, a Lituânia, as mulheres ortodoxas não estudavam o Talmud na escola religiosa e eram (e ainda são) excluídas de boa parte das atividades políticas e sociais.¹¹ Por decorrência quando se encontravam elas conversavam sobre o trabalho que realizavam no lar, sobre a família e sobre as pequenas coisas do cotidiano. Nesses *kaffeeklatsch* não debatiam ideais, o que era frequente nas academias. O *yenta*¹², a pessoa fofqueira em ídiche, se tornou um personagem conhecido no teatro e na literatura publicada neste dialeto judaico-alemão.

Kagan acabaria inspirando o movimento *Cuidados com a Língua* (*Shmiras Haloshon* em ídiche) que considera esta confabulação uma tentação com consequências sérias e

¹⁰ https://www.sefaria.org/Shemirat_HaLashon%2C_Book_I%2C_Intang=bi&with=all&lang2=en

¹¹ <https://lilith.org/articles/in-defense-of-lashon-hara-why-gossip-is-a-feminist-imperative/>

¹² O termo tem sido traduzido e utilizado de forma equivocada como "casamenteiro". O verbete foi utilizado para nomear um software que ficou ativo no MIT entre 1994 e 2000. <https://www.media.mit.edu/projects/yenta-matchmaking-agents/overview/>

irreversíveis (Glinert et al., 2003). Este julgamento está baseado no capítulo 30 do livro *Kitzur Shulchan Aruch*.¹³

O silêncio e a falação

Considerando o fato de que as pessoas não fofocam sobre coisas e sim sobre outras pessoas surge a pergunta de quando é aceitável dizer algo sobre alguém a um interlocutor. O tópico pertence ao campo da filosofia moral, muito embora a literatura sobre o tema seja esparsa. Aparentemente tal desinteresse decorre do julgamento que hoje se faz de que este é um assunto menor e trivial e de que a priori todo mexerico é condenável (Westacott, 2000).

No Brasil o encontro das senhoras faladeiras tem sido chamado de *conversa de comadre*. Outra expressão similar é *conversa de lavadeira*. Ambas se diferenciam de *conversa de madame*, a que é mantida por *prima donas*.

A mulher fofoqueira não era bem vista no século XIX na Inglaterra. Naquela época os costumes britânicos desprezavam as que ousavam ser independentes. Este tema foi tratado na obra *A history of domestic manners and sentiments in England during the Middle Ages* escrita em 1862 por Thomas Wright.¹⁴

¹³ <https://www.sefer.com.br/kitzur-shulchan-aruch-complete-5-vol-set/1/>

¹⁴ <https://www.gutenberg.org/files/59351/59351-h/59351-h.htm>

Este sentimento crítico é antigo. Uma mordaza impedindo a mulher de falar foi utilizada na Escócia ainda no século XVI. A punição era aplicada a pedido do marido e de outros familiares incomodados com a tagarelice da senhora. A Escrava Anastácia, uma figura cultuada desde 1968 como milagreira por alguns brasileiros, é exemplo de vítima deste tipo de sofrimento aplicado igualmente aos escravos nas Américas.

Há quem prefira viver em silêncio para evitar o pecado do mexirico. Essas pessoas ficam em reclusão, isoladas e em contemplação mística. Estima-se em 7600 o número de monges e monjas trapistas que habitam 299 mosteiros espalhados pelo mundo nessa condição. Nesses locais há poucos momentos autorizados para a pessoa dizer algo. É assim que vivem os cartuxos (religiosos seguidores de São Bruno), as carmelitas (a Ordem do Carmo surgiu no século XI), os camaldulenses (pertencentes à ordem beneditina fundada no século VI) e também os monges budistas do Tibete. O jejum de falação é aplicado igualmente na meditação Vipassana.

Homens e mulheres

A escritora Virginia Woolf diz na carta de despedida escrita ao marido antes de cometer suicídio que as mulheres só davam para a literatura porque ela é uma extensão do mexirico. Esta descrição caricatural motivou ao longo do tempo inúmeros estudos cujo objetivo era saber se os homens também praticam a fofoca, "a

ambrosia dos lugares pobres".¹⁵ Agora se sabe que eles mexericam, embora ocorram diferenças de estilo. As mulheres são mais cooperativas. Os locais das confabulações e os tópicos tratados nesses encontros também se diferenciam (Reid, 2000; Eckhaus & Ben-Hador, 2019; Dunbar et al., 1997).

Em oportunidades como essa não há um objetivo estabelecido a ser alcançado na conversa dos pares. Por isso o que ali se diz foi chamado por Aaron Ben-Zeev de *intrínseco*. Seu valor é simplesmente *jogar conversa fora*. É o mesmo tipo de prazer que as pessoas alcançam ao dançarem uma valsa e no desfrute que elas obtêm no *sightseeing*. Este resultado difere do que se quer numa pescaria cuja meta *extrínseca* é medida pelo número de peixes capturados no lago (Ben-Zeev, 1994).

Apesar das admoestações éticas, sociais e religiosas sobre os fundamentos morais da tagarelice (Weastacott, 2000, pp. 65-90) o fato é que ela é uma maneira utilizada pelos falantes para manejar a reputação dos outros (Dores Cruz et al., 2021). É o que acontecia no senado romano onde as intrigas políticas eram frequentes. Esta prática tornou-se comum nos parlamentos do mundo.¹⁶

A reputação do ator é o fator que atrai ou repele o desejo do interlocutor em cooperar com ele. O conceito implica em respeito e admiração ou a falta deles. Nos embates este é o foco central da propaganda que busca ora reforçar a crença e ora destruir a fé que as pessoas acalentam sobre alguém. O mexerico serve aos dois

¹⁵ Ethewaldo Mello de Siqueira. OESP. 5/1/1969

¹⁶ <https://www.nytimes.com/2002/08/10/arts/go-ahead-gossip-may-be-virtuous.html>

objetivos. A reputação é um sinalizador sensível a este tipo de comentário. Agências especializadas constituídas por profissionais de diversas áreas existem hoje para administrar a imagem pública de empresários, de políticos e de celebridades, entre outros.

É difícil construir uma imagem, algo que se faz aos poucos. Por ser um bem simbólico frágil é fácil destruí-la com a suspeita e a maledicência. Por isso mesmo toda pessoa, mesmo os infantes, maneja sua exposição pública e observa com atenção o que os outros dizem de si (Wu et al., 2016).

O mexirico é uma conversa informal, realizada por membros de um pequeno grupo que se conhecem bem e que confiam um no outro (Dores Cruz, et al. 2021). Como exposto, eles falam sobre um alvo ausente do encontro sem medo de retaliação, minimizando a detecção e com a certeza de que o receptor da revelação não estará exposto ao alvo da bisbilhotice. O que se diz na confabulação geralmente é verdadeiro (Peters & Fonseca, 2020). Utilizam-se as expressões *mexirico de aldeia* e *mexirico de vizinhança* (Haugen & Villa, 2006) para caracterizar este tipo de interação que funciona para as pessoas como um radar social. Os que confabulam se certificam previamente que as diferenças entre os que falam e os que ouvem sejam mínimos (Cruz, 2021).

Ainda em 1942, Ciro T. Pádua, da Sociedade de Antropologia e Etnologia, dizia que “a temibilidade do mexirico é enorme nos centros pequenos, onde os contatos são primários”.¹⁷ O tom desta

¹⁷ OESP 31/12/1942, pg. 4

conversa íntima é especulativo (Birchall, 2006), mas pode se tornar maldoso. Isso é o que acontece agora também online.

O fato é que o prestígio do mexerico não é alto. Gregório de Matos (1633-1696) fez sua crítica em *Cidade da Bahia*.

*A cada canto um grande conselheiro,
Que nos quer governar cabana e vinha,
Não sabem governar sua cozinha,
E podem governar o mundo inteiro.
Em cada porta um bem frequente olheiro,
Que a vida do
Vizinho e da vizinha
Pesquisa, escuta, espreita, e esquadrinha,
Para o levar à praça e ao terreiro.
Muitos mulatos desavergonhados,
Trazidos sob os pés os homens nobres,
Posta nas palmas toda a picardia.
Estupendas usuras nos mercados,
Todos os que não furtam muito pobres,
E eis aqui a cidade da Bahia.*

Machado de Assis trata do tema em *Singular Ocorrência*. Em *Quem conta um conto* (publicado originalmente no *Jornal da Família* em 1873) o narrador é o próprio escritor que abre com esta passagem o texto.

Eu compreendo que um homem goste de ver brigar galos ou de tomar rapé. O rapé dizem os tomistas que alivia o cérebro. A briga de galos é o Jockey Club dos pobres. O que eu não compreendo é o gosto de

dar notícias. E todavia quantas pessoas não conhecerá o leitor com essa singular vocação? O noveleiro não é tipo muito vulgar, mas também não é muito raro. Há família numerosa deles. Alguns são mais peritos e originais que outros. Não é noveleiro quem quer. É ofício que exige certas qualidades de bom cunho, quero dizer as mesmas que se exigem do homem de Estado. O noveleiro deve saber quando lhe convém dar uma notícia abruptamente, ou quando o efeito lhe pede certos preparativos: deve esperar a ocasião e adaptar-lhe os meios. Não compreendo, como disse, o ofício de noveleiro. É coisa muito natural que um homem diga o que sabe a respeito de algum objeto; mas que tire satisfação disso, lá me custa a entender. Mais de uma vez tenho querido fazer indagações a este respeito; mas a certeza de que nenhum noveleiro confessa que o é, tem impedido a realização deste meu desejo. Não é só desejo, é também necessidade; ganha-se sempre em conhecer os caprichos do espírito humano. O caso de que vou falar aos leitores tem por origem um noveleiro. Lê-se depressa, porque não é grande.

O próprio Machado de Assis caiu vítima de mexirico. O escritor Humberto de Campos (1886-1934) dizia que ele tinha sido amante da esposa de José de Alencar e que ele era o verdadeiro pai de Mario Alencar. Sugeriu também que sua obra Dom Casmurro estava baseada em fatos reais. O personagem Capitu seria, neste caso, Dona Georgina Augusta da Gama Cochrane de Alencar.

Outro crítico do hábito da fofoca é o Papa Francisco. “É um mal pior que o Covid-19”, disse ele aos fiéis¹⁸ em dezembro de 2021. O

¹⁸ https://www.youtube.com/watch?v=yDSdJjRH_1I
<https://pt.aleteia.org/2020/09/06/papa-fofoca-e-uma-pesto-pior-que-a-covid/amp/>

líder católico fora obrigado a aceitar a renúncia do arcebispo de Paris, Michel Aupetit, devido aos mexericos que relatavam sua relação com uma mulher.¹⁹

Ainda em 2018, ao visitar um convento em Lima no Perú, o Papa se manifestou a respeito do tema afirmando que o “demônio é mentiroso e fofoqueiro. Tenta dividir, quer que uma (pessoa) fale mal da outra. Sabem o que é uma freira fofqueira? É uma terrorista, porque a fofoca é como uma bomba. Joga a bomba, destrói e vai embora tranquila”, disse ele. Referência similar às freiras fofqueiras tinha sido feita pelo escritor português Camilo Castelo Branco em 1862 em sua obra *Amor de Perdição*. Wittgenstein sugeriu a respeito que “sobre o que não podemos falar devemos passar em silêncio” (1974, p. 89).

O falso e o segredo

Há situações nas quais a pessoa num encontro formal evita dizer o que pensa. Isso acontece devido aos cálculos que ela faz sobre sua posição no grupo e a ressonância do que ele tem a dizer. Reuniões de trabalho não alcançam bons resultados devido a este jogo cênico. A verdade não aflora e a cooperação não surge. O fofoqueiro é um tipo humano que só fala nos corredores. Isso acontece porque os mexericos são espontâneos e ocorrem

¹⁹ <https://www.youtube.com/watch?v=vQluCIFbDCI>

facilmente nos relacionamentos informais. Esta condição o liberta da obrigação de se posicionar oficialmente sobre temas graves.

O fuxico é criticado porque se supõe que o dito não deveria ser comentado por ser falso ou por ser segredo. Isso explica porque em certas situações as pessoas assinam um compromisso de confidencialidade para assumir certos cargos. Não é o que ocorre com a imprensa que corre todo o dia atrás do *furo* para contar com exclusividade ao público o que as fontes gostariam de manter em segredo. O argumento filosófico que sustenta a atividade afirma ser um direito a pessoa saber a novidade. Ele foi utilizado nos tribunais pelos advogados de defesa do New York Times e do Washington Post que publicaram os papéis secretos do Pentágono em 1971 sobre a guerra do Vietnã.

O debate continua até hoje porque a imprensa muitas vezes divulga o que os leitores julgam inadequado e sobre um tema sobre o qual eles desejam saber nada. O contra-argumento diz que o povo tem o direito de conhecer mesmo quando não há interesse no assunto. Isso ocorre todo o dia com uma quantidade imensa de informação disseminada que não ecoa em parcela da audiência. Há o terceiro caso ainda, quando o cidadão não tem o direito de receber a informação e a imprensa não deve tocar no assunto. É o caso clássico da privacidade.

Ocorre que o desagrado com o mexerico não é unânime. Com seu tradicional estilo irônico Paulo Francis dizia que “conversa pessoal com amigos, só se for mexerico. Mexerico e chiquê é o

molho da vida. ”²⁰ Uma música, *Mexericos da Candinha*, cantada por Roberto Carlos celebra o fuxico. É uma referência à famosa coluna de fofoca que surgiu com este nome na revista *Amiga* na década de 1970.

Exemplo conhecido é o que se dizia no meio do povo sobre Caterina II, a imperatriz russa (1729-1796). Ela morrerá de forma misteriosa e as suspeitas dos populares eram muitas. Quando a informação sobre uma história como essa está incompleta a tendência das pessoas é debater o tema intensamente e levantar hipóteses sobre o seu desenlace (Jolly & Chang, 2021).

Truman Capote diria a propósito que toda literatura é fofoca. “O que é *Anna Karenina*, ou *Paz e Guerra* ou *Madame Bovary* se não mexerico? Ou Jane Austen? Ou Proust? A fofoca é a absoluta interação (das pessoas) da (na) comunicação humana” (Inge, 1987, p. 337). Esta declaração tornou-se conhecida. Tem sido repetida à exaustão muito embora o argumento seja repelido por inúmeros comentaristas (Martin, 2014).

Um estudo mostra que dos 52 minutos diários que os sujeitos gastam conversando 75 por cento do que eles dizem tem um conteúdo neutro, 15 por cento tem um tom negativo e nove por cento é positivo (Robbins & Karam, 2020; Taylor, 2005). Este tipo de conversa íntima ocupa 65% do tempo dos envolvidos em comunicações casuais (Dunbar, 2004). Temas sérios ocupam não mais do que 10 por cento do tempo deste tipo de conversa.

²⁰ OESP, 4 de abril de 1996, pg. D6

O mexirico é uma prática social que se faz por outros meios ainda, entre eles o telefone e a web. A fofoca online tem a vantagem de chegar a lugares distantes, rapidamente, sem ser bloqueada por algum dispositivo de censura. Graças ao mexirico os interlocutores *matam* o tempo, rompem a solidão e se divertem. Subjaz neste tipo de conversa um grau relevante de surpresa. Contar um segredo é sinal e requisito de camaradagem. É uma moeda de troca entre as partes.

Presença e proximidade

Outras inúmeras funções são atribuídas ao hábito de mexicar. Ele relaxa os interlocutores e fortalece o sistema imunológico. Também é uma maneira de educar, de produzir teorias conspiratórias, de impor uma norma, de promover interesses, de desmascarar um opositor, de discriminar alguém, de condicionar o olhar das pessoas e finalmente de produzir cooperação (Anderson et al., 2011).

Este último objetivo é nobre já que é bem mais fácil gerar o conflito do que a paz. A cooperação demanda um grau de ajuste e de esforço que requer um tipo de encontro que pode ser qualificado de terapêutico. Seu resultado é pró-social. Um experimento mostra que 58 díades que jogaram repetidamente o jogo Dilema do Prisioneiro, às vezes face a face, e às vezes sem contato visual, foram mais cooperativas quando se enxergavam e quando recebiam *feedback* confiável (Behrens, 2019).

O tema do mexerico se tornou relevante no Brasil em 2020 em decorrência da ampla difusão das Fake News. Seu objetivo derradeiro é mobilizar o comportamento e influenciar a preferência de todos. Fala-se agora também em *indústria da fofoca* (Petersen, 2011), a que trabalha em benefício das estrelas do showbiz e de outras personalidades que demandam o apreço popular. Para muitos a sobrevivência profissional depende desse vozerio das massas. (Banerjee, 2019).

Tornou-se comum e fácil *plantar* uma alegação na web para enquadrar o humor coletivo e para influenciar o comportamento da população. Este artifício foi utilizado num experimento realizado no ambiente organizacional no qual uma informação dada pelo investigador a uma secretaria originou uma corrente de transmissão oral e informal através dos encontros face a face dos colegas de trabalho. O investigador pode assim monitorar a rápida viagem que a fofoca fez de boca e boca desde o início da jornada até o seu destino final. Em três dias ela tinha chegado à maioria dos funcionários (Davis & O'Connor, 1976).

A troca informal e rápida de mensagens entre as pessoas foi capturada nas formulações teóricas que estudam já há algum tempo a estrutura das redes sociais (seus nós e links), sua dinâmica, os papéis dos interlocutores que a integram, sua densidade e formato assim como o grau de deformação que a mensagem sofre na transmissão. Este tipo de comunicação é chamado de *lateral*. Nesta formulação um nó funciona como um sensor, um *narrowcaster* retransmissor e um consumidor de informação. Cada nó funciona

como um filtro que autoriza ou não a passagem da informação em certo momento. Este papel é exercido tipicamente por líderes de opinião (Banerje, 2014).

O circuito do mexirico depende da estratégia utilizada na difusão da mensagem pelo emissor aos próximos. A escolha depende dos objetivos da interação. Este tipo de abordagem desenvolvida originalmente nos estudos sociométricos de Jacob Levy Moreno esclarece o que acontece no contágio da massa por um vírus, na difusão das crenças e das ideologias na sociedade, na evolução e na dinâmica dos mercados financeiros, nos entrocamentos e nas vias do sistema viário e rodoviário, nos sistemas de distribuição de energia elétrica, entre outras ocorrências que dependem da difusão de um estímulo e de vias de transmissão e de contato (Lind et al., 2007).

A informalidade nas relações humanas é libertadora e foi detectada empiricamente no famoso experimento de Hawthorne realizado em 1927. Ficou claro que a supervisão branda no lugar de trabalho diminui a ansiedade e dá mais liberdade aos funcionários. Decorre que a conversação que surge entre os pares neste tipo de ambiente é prazeroso às pessoas. Vale lembrar que o zigzague semântico do termo *conversação* se ampliou desde sua referência original ao *contato* e à *relação sexual* para significar posteriormente *maneiras, comportamento e cultura*.

A maioria das organizações não exerce controle sobre os canais informais de comunicação nos quais a mensagem se dissemina rapidamente em todas as direções (Crampton et al., 1998)

a despeito da hierarquia e da ordem de comando estabelecido pelo organograma. O grau de distorção da mensagem transmitida por este tipo de *telefone sem fio* desde o ponto de partida até o da chegada varia entre 5 a 25% (Davis, 1969, p. 272; 1973).

O circuito da fala pode assumir a forma de um para outro em sucessão linear. Ela também pode ocorrer desde uma fonte para todos. A terceira forma é a do contato casual de um ator com outro. A quarta maneira é a que acontece entre os membros de um pequeno grupo fechado (cluster). Alguns membros do circuito atuam como pontes ligando os membros da confraria. Já os marginais põem em contato os grupos que graças a eles interagem e se relacionam.

Outros atores ainda ouvem o comentário, mas não replicam o sinal evitando a contaminação do sistema. O bloqueio pode acontecer em decorrência de um conteúdo indesejado, do contexto formal ou hostil da confabulação, do cálculo feito pelo indivíduo que mostra ser o custo maior que o benefício obtido com a difusão do comentário. Pode ser consequência também do constrangimento moral e profissional e das relações de afeto e de solidariedade da fonte com o alvo.

O mexerico negativo une confrades que se antepõem por razões pessoais ao mesmo personagem. O opositor opera como catalizador das relações entre as partes (Bosson et al., 2006).

Ruminação social

O ator que bloqueia a difusão da mensagem evita a ruminação. No plano individual a ruminação é um ato que pode ser caracterizado como um diálogo interno, intenso e repetitivo. No plano coletivo, o *self talk* dos grupos é realizado através de uma cadeia entrelaçada, mas fechada de mexericos. Deriva deste efeito a noção de que o político deve controlar as emoções coletivas caso contrário são elas que o dominam. O que está em jogo são as percepções das pessoas. O herói de um instante pode se transformar no vilão da história logo adiante. Foi o que aconteceu com Winston Churchill que venceu a guerra contra os nazistas e depois perdeu as eleições na Inglaterra. O mesmo sucedeu com George H. W. Bush. Ele mandou suas tropas expulsarem o exército de Saddam Hussein do Kuwait e logo depois perdeu as eleições americanas. As emoções fluem rapidamente de um lado ao outro.

Este é um tema popular estudado pelos analistas das redes sociais (Borgatti, 2005; Van Eijck, 2015). Eles desvendam quem fala com quem sobre o que e em que sequência. O que o mapa mostra é a circulação da mensagem e o papel de *gatekeeper* que cada nó tem no circuito.

Os gráficos que mapeiam estes contatos não mostram as motivações (Lyons & Hughes, 2015); as manipulações que os integrantes da rede podem fazer ao divulgarem uma informação e se ela é verdadeira ou falsa, se é blefe e se o seu objetivo é o de evitar

o consenso. O que eles também não dizem é porque a pessoa cala e não divulga o que sabe (Giardini & Wittek, 2019).

O recurso do mexerico é utilizado igualmente pelos marginalizados, pelas vítimas e pelos desprezados que dessa forma atacam os mais fortes. A fofoca neste contexto de confronto opera como instrumento de luta e de guerra psicológica (Alfano, 2017). Em inúmeros casos basta uma insinuação para provocar uma discussão. É o que fazia no passado o jornalismo chamado de *marrom* no Brasil, mas nominado de *amarelo* noutros lugares.

O mexerico anônimo é praticado hoje por sites como *blind gossip*.²¹ Ele é aplicado também em muitas mensagens divulgadas por blogs, nos chats, nos fóruns de discussão, nos websites, nas colunas políticas e pela crônica social. Em alguns casos o relato se vale de informações fornecidas por *insiders* que contam os deslizes e os segredos bem guardados de algum ator de renome referido às vezes com pseudônimo.

A invasão da privacidade e a indiscrição são a atração principal deste tipo de conteúdo que pode atingir a reputação dessa pessoa que sofre então da penalidade do ostracismo social. Resulta às vezes que este efeito ameniza o comportamento egoísta do alvo fazendo-o mais disponível à cooperação com outros (Feinberg et al., 2014).

Boa parte dessas fofocas dizem respeito à vida particular do personagem, suas negociatas, seus casos secretos de amor, as

²¹ <https://blindgossip.com/>

uniões e as separações dos casais e a titânica luta da figura pela bela silhueta e contra o vício às drogas e ao álcool.

Vale assinalar que falar com interlocutores sobre conhecidos comuns é uma coisa. Já o que se faz nas aulas de história é outra, embora as duas práticas se pareçam com mexerico. É o que diz o escritor Oscar Wilde (1854-1900) em sua comédia de costumes *Leque de Windermere* publicada em 1892.

Às vezes o mexerico serve de matéria prima ao exame dos historiadores. Exemplo é a obra *The Vanishing Children of Paris* escrita por Arlette Farge e Jacques Revel. Em 1750, uma série de manifestações sacudiram Paris depois que os populares descobriram que a polícia estava recolhendo crianças das ruas para assim controlar a vadiagem. Dizia-se então que o rei sequestrava os pequeninos para sugar seu sangue, utiliza-lo em seus banhos e também para manda-los como colonizadores aos territórios de seu império. Os autores reconstruíram a agitação com base nesses relatos e nas memórias das fontes (Farge & Revel, 1991). Neste tipo de caso o que interessa não é a veracidade do que se fala.

Biografia e rumor

Relatos biográficos também se parecem com mexerico. O hábito de contar detalhes da vida de uma pessoa vem de longe. Cornelius Nepos, por exemplo, escreveu em 44 AEC a biografia de vários generais romanos. Há exemplos similares na Grécia (é o caso de Plutarco) e os produzidos por monges na Idade Média. Nesses

casos o destaque biográfico é dado aos assim chamados *grandes homens*, os que são classificados como santos, heróis e mártires.

O escritor inglês Sidney Lee diz a propósito deste tema que “a biografia existe para satisfazer o natural instinto do homem – um instinto comemorativo – o desejo universal de manter viva a memória dos que por seu caráter e proezas se distinguiram das massas humanas”.²²

Essas figuras da história são apresentadas como atração dos programas de emissoras como *A&E*, *The Biography Channel* e *The History Channel*. Algumas acabam fazendo parte dos conteúdos escolares. O elenco de personalidades do passado sobre as quais os estudantes falam no presente depende de cada cultura e de cada contexto. Por vezes o que se diz sobre eles em dois lugares diferentes conflita sendo uma narrativa a inversa da outra. O herói de um povo pode ser o vilão do outro.

O jornalismo literário e seu produto mais nobre, o livro reportagem, é recurso adicional deste tipo de empreitada na qual o autor fala de vivos e de mortos que merecem destaque em decorrência de algum atributo – sua maestria no esporte, sua fama no rádio e na televisão, sua proeminência na política, na ciência e nas artes.

Outro tipo são as biografias encomendadas. O objetivo do personagem é transmitir aos sucessores uma mensagem grave. Este tipo de obra é chamado de *testamento ético*.²³ Este hábito é

²² https://en.wikisource.org/wiki/Principles_of_Biography

²³ <https://web.archive.org/web/070218231801/http://www.science-spirit.org/article>

popular no ambiente empresarial no qual o patriarca ou matriarca almeja com a divulgação da história de sua vida deixar um legado moral aos sucessores.

Vale salientar ainda que embora o rumor e o mexerico se pareçam eles não são a mesma coisa. Em algumas línguas como o *bemba* também conhecido como *chibemba*, *chiwemba* e *wemba*, falado principalmente na Zâmbia, a distinção não existe. Só existe a palavra *ilyashi* para ambos.

O mexerico acontece na condição de que haja interlocutor disposto a consumir o comentário (Levin & Arluke, 1987; Ben-Zeev, 1994). É o tipo mais frequente de comunicação por ser feito geralmente face a face com uma carga relevante de emoção e de rápido *feedback*. Outros fatores como o compartilhamento de atividades sociais e de trabalho também contribuem ao viés afetivo deste tipo de relacionamento informal.

Estes fatores o distinguem do contato que ocorre na comunicação virtual e remota e do texto impresso. Muito do que foi dito oralmente e que é desprezado como mexerico acaba sendo aceito simplesmente porque foi escrito. É o que se dizia antigamente. O que aparece no jornal é verdade. Usualmente a pessoa é mais crítica com o que ouve do que com o que lê.

As consequências do mexerico são menos graves do que as produzidas pelo rumor cuja raiz latina evoca a ideia de *ruído*. Este é um tipo de mensagem cuja origem é desconhecida e que se dissemina entre pessoas que não se conhecem e que não desfrutam de intimidade. O rumor frequenta principalmente a imprensa e a

política, mas pode ocorrer também nas organizações e noutros lugares. Seu objetivo final é se tornar uma crença, a despeito de sua veracidade não ser confirmada nem verificada. Ele às vezes é plantado pelo beligerante para confundir e abalar a moral do opositor (Caplow, 1947). Isso é feito através da mentira, da meia-verdade e de outras falsidades e truques que surgem quando o ambiente social é de crise profunda.²⁴

Exemplo é o rumor divulgado em 1998 na Indonésia sobre a ação de ninjas mascarados que matavam muçulmanos na parte oriental da ilha de Java. Em pânico, as comunidades organizaram milícias de autodefesa (Herriman, 2010). Outro caso é o que aconteceu no limiar do século XXI. Pastores de diversas denominações protestantes divulgaram a versão de que o fim do mundo se aproximava e que por isso todos deveriam se batizar. Alguns anunciaram o retorno de Jesus Cristo. O bug do milênio e a incerteza do que iria ocorrer no primeiro minuto do século XXI permitiu que essas e outras fantasias se alastrassem. Dizia-se então que os aviões iriam cair, que as usinas de energia iriam paralisar e que os mísseis nucleares explodiriam. Em decorrência, muitas pessoas se tornaram *sobrevivencialistas*, sujeitos que vivem o presente esperando pelo pior. Eles treinam para superar dificuldades, armazenam água e comida e constroem abrigos especiais.

²⁴ **Para superar este obstáculo cinco universidades** (Sheffield, Warwick, King's College de Londres, Saarland na Alemanha e a universidade Modul de Viena) se uniram em 2011 para criar um detector capaz de examinar as especulações, as controvérsias e a desinformação que surgem no Twitter e nas redes sociais.

Estudo feito sobre 4500 rumores divulgados no período da Segunda Guerra Mundial mostra cinco tipos – o rumor que difunde o ódio; o que provoca a ansiedade; o que sugere o escapismo (*wishful thinking*); o que divulga profecias e milagres e finalmente o que desinforma espalhando notícias falsas.²⁵

Knapp (1944) acrescentou à lista três outros casos. O primeiro é o *boato de motorista*. Ele dá vasão a rancores existentes na opinião pública. O segundo é o *rumor quimérico* que surge nas fantasias acalentadas pelas pessoas. O terceiro é chamado de *rumor maligno*. Ele usualmente acontece nas intrigas palacianas e na atividade econômica. Fazem as ações aumentarem e caírem de preço. Foram abundantes na crise inflacionária do período do governo de Fernando Collor de Melo. Espalharam-se rapidamente pelo país a partir de 1985, quando o Banco Nacional, o Econômico, o Bamerindus, o Habitasul, o Sul Brasileiro, o Mercantil de Pernambuco, o Banorte, o Maisonave, o Crefisul e o Pontual fecharam as portas numa das maiores crises do sistema financeiro nacional.

Diários e blogs

No passado segredos eram guardados e preservados em diários afivelados. Alguns se tornaram famosos e referência

²⁵ "Don't be a blabbermouth." Poster do serviço de propaganda americano que atuou na Segunda Guerra Mundial. National Archives 5137389.
<http://www.moidigital.ac.uk/reports/home-intelligence-reports/home-intelligence-special-reports-inf-1-292-2-a/idm140465675698832/>

histórica depois de revelados.²⁶ O escrito por Anne Frank no período da Segunda Guerra Mundial é um desses casos. Outro exemplo é *As Cartas de Plínio* produzidas entre 97 e 109 EC. O autor conta sobre a vida cotidiana no Império Romano e detalha o que aconteceu na erupção do Vesúvio, o vulcão que destruiu várias cidades italianas. Já o *Diário Secreto de Samuel Pepy* (1660-1699) foi redigido em código para manter em segredo os pensamentos do autor sobre o rei inglês Carlos II. O escrito pela ucraniana Maria Bashkirtseva publicado em 1887 é saudado até hoje. Exemplos de diários de autores brasileiros que parecem romances são *Diário do Hospício* de Lima Barreto e *Quarto de Despejo – Diário de uma Favelada* de Carolina Maria de Jesus.

Expedicionários como Robert Falcon Scott, o primeiro a chegar ao Polo Sul em 1912, também registram suas experiências. Esta é a técnica utilizada por antropólogos que exploram lugares distantes. Um pioneiro da etnologia é o botânico Joseph Bank que participou da primeira expedição do Capitão Cook ao sul do Pacífico. Ao desembarcar na ilha do Taiti em 1768 ele começou a registrar os hábitos e os costumes dos nativos. Capitães de navios fazem o mesmo registrando detalhes da jornada em seus diários de bordo.²⁷

Foi longo o caminho percorrido por este tipo de apontamento desde o Egito antigo onde se registrou num papiro o *Diário de Merer*. Ele relata as atividades diárias deste personagem e de sua equipe de

²⁶ <http://www.blogletras.com/2017/10/os-melhores-diarios-de-escritores.html>

²⁷ <https://www.nationalarchives.gov.uk/help-with-your-research/research-guides/logs-journals-ships-of-exploration-1757-1904/>

<https://www.archives.gov/research/military/logbooks/naval-deck-logs.html>

inspetores. Exemplos adicionais de documentos antigos que se parecem aos diários pessoais de hoje são *Meditações*, escrito em grego pelo imperador romano Marco Aurélio, e o *Livro da Almofada*, escrito pela japonesa Sei Shonagon, dama da corte da imperatriz Sadako. Documentos similares foram produzidos no medievo e na Renascença. Foi o caso do *Journal d'un bourgeois* de Paris do século XV.²⁸

Comentários são feitos agora em 600 milhões de blogs.²⁹ O produzido por Yoani Sánchez sobre as dificuldades políticas e econômicas de Cuba teve forte impacto sobre o governo de Havana. Outro conhecido por *Salam Pax* tornou famoso seu criador, Salam Abdulmunem. Ele contou o que ocorreu no Iraque antes, durante e após a invasão americana de 2003.³⁰

O twitter se tornou igualmente instrumento para a circulação do *zum-zum* humano. Através dele quem antigamente calava agora fala. Este é um tema que adquiriu prestígio ao longo do tempo. A voz do povo acabou sendo chamada de *A Voz de Deus*. A expressão tornou-se um dos slogans preferidos das sociedades liberais. Ela dignifica as manifestações das pessoas e inspira as iniciativas de inteligência coletiva como o Wikipedia, o Quora, o Stack Exchange e o Answers. O prestígio das multidões (Yi, 2012) cresceu desde o tempo em que Aristóteles mencionou a voz do povo em *Política*. Ele sugeria que muitas cabeças pensando juntas deliberam melhor que uma. Esta é a prática usual da conhecida técnica colaborativa

²⁸ <https://excerpts.numilog.com/books/9782307385387.pdf>

²⁹ <https://websitesetup.org/news/blogging-statistics/#infographic>

³⁰ http://dear_raed.blogspot.com/2003_06_01_dear_raed_archive.html#200369579

"explosão de ideias" (*brainstorming*) utilizada nos processos criativos. O apreço pelas opiniões de todos explica também a prática jornalística de sair às ruas para ouvir o que pensam os transeuntes sobre temas controversos do momento.

O culto à conversação está por todos os lados. Ela é celebrada por autores que salientam seu efeito idealizado de prover espaço aos discursos individuais. Tal modelo tem sido caracterizado como típico da sociedade democrática na qual este diálogo social ocorre em liberdade.

Na contramão está a posição de Michael Schudson autor do célebre artigo *Why Conversation is not the soul of democracy* (1997). Para ele a conversação pública não é nem espontânea nem igualitária e está focada principalmente na resolução de problemas. A conversa entre diferentes pessoas com diferentes valores e origens é profundamente desconfortável, diz ele. A principal marca deste tipo de conversação é seu caráter publicitário.

A vantagem do mexerico é que ele é uma maneira encontrada pelas pessoas para falar da vida dos outros, em especial de famosos como os nobres e os ricos, os socialites e os esnobes, as estrelas e os colunáveis, os poderosos e os que se exibem por várias razões e intenções em vários lugares. É o que também se faz nas homenagens e nas eulogias.³¹

Há ainda o caso adicional do obituário. Esta peça jornalística que resume a biografia do falecido funciona em alguns casos como

³¹ <https://www.arqnet.pt/portal/discursos/abril10.html>

um tributo. Neste caso o que é dito é escrito por jornalistas, familiares ou amigos. Em jornais de prestígio o obituário é peça literária que serve de referência à posteridade.

Como exposto, o reduto do mexirico são os pequenos grupos. As confrarias são informais, íntimas, seguras e constituídas para atender certos objetivos (Martinescu et al., 2019). Os benefícios afetivos obtidos nestes círculos são perdidos quanto seu tamanho cresce além de certo limite.

Os amigos são importantes? Brasil. 2018

Muito importante	38,7%
Bem importante	46,0%
Não é importante	12,6%
De forma alguma é importante	2,6%
Não sabe	0,1%
Não respondeu	0,1%

Fonte: World Values Survey

Os *cliques* que surgem naturalmente nas interações sociais receberam no Brasil o nome popular de *panelinha*. O termo foi mencionado na Revista do Instituto Histórico e Geográfico Brasileiro ainda em 1872.³² A expressão refere o fato de que a cozinha é um local que facilita o compartilhamento de segredos. Isso também acontece no cabelereiro e na conversa despreziosa que o passageiro mantém com o motorista do táxi e do uber.

Estes locais são uma espécie de confessionário que lembra o criado formalmente na tradição católica para aliviar o peso de quem

³² N. 35, parte 2, pg. 194

carrega na alma um segredo e um tormento. Neste caso o alívio do crente é completo, pois este é o único lugar onde ele pode revelar o que sabe e receber um perdão sob a promessa de segredo eterno com a fiança de Deus.

A confraria também facilita a troca de informação entre seus membros que revelam mais facilmente aspectos de sua própria intimidade e a dos alvos externos da confabulação. Isso acontece porque o ambiente é propício à recepção calorosa e polida do que é dito em confiança (Slepian & Kirby, 2018). Bons encontros surgem quando neles são contadas boas histórias o que acontece quando ocorre uma revelação surpreendente.

Mexerico e segredo são duas atrações irresistíveis. Este fato explica o aparecimento de aplicativos como *Secret* através do qual a pessoa difunde e recebe conteúdo anônimo. Acabou proibido no Brasil em 2015 depois de ter 15 milhões de usuários em todo o mundo. Era o oposto do que o Facebook faz. O sujeito podia acompanhar as revelações dos outros e os segredos de sua lista de conhecidos. Era o mexerico perfeito, pois causava *frisson* saber algo desconhecido dos amigos. O mercado desses aplicativos de mexerico tem outros endereços ainda. Entre eles estão *Whisper*, *Random*, *Truth*, *Backdoor*, *Hitch*, *Post Secret*, *Secret Circle*, *Cryptic* e *Randid*.

A qualquer hora do dia praticamente cada pessoa guarda em média 13 segredos que se encaixam numa das 38 categorias de

confidências encontradas pelos pesquisadores.³³ Isso implica em esforço que a pessoa faz para vigiar sua boca e ocultar a sete chaves sua intimidade. Esta habilidade começa aos cinco anos de idade e cresce na adolescência onde o segredo significa autonomia e independência do jovem aos pais. Três estudos com mais de 600 participantes que juntos guardavam 10 mil segredos demonstram este resultado (Slepian & Greenaway, 2018, Slepian, 2021). Os mais frequentes são, por ordem decrescente, relacionamento extraconjugal, comportamento sexual, mentira, desejo romântico, violação da confiança, infidelidade emocional, roubo, ambição, descontentamento físico e romântico.³⁴

Naturalmente quem tem muitos segredos tem mais dificuldades nas interações e sofre às vezes de perturbações como angústia, depressão e solidão. É difícil interagir e dizer nada de si aos outros. Sujeitos misteriosos despertam a curiosidade alheia que buscam neste caso detectar em seu comportamento qualquer pista reveladora. Acabam vítimas dos mexericos.

O convívio da pessoa com os amigos é um dos principais critérios de felicidade citados pelos respondentes nos inquéritos. Quando isso não acontece decorre a mencionada solidão, um sentimento que em 2014 ocorria com um em cada 10 ingleses.³⁵ Esta necessidade social é mais evidente na adolescência embora ela seja uma necessidade humana que não desaparece ao longo da

³³ <https://www.spsp.org/news-center/blog/slepian-keeping-secrets>

³⁴ <http://www.columbia.edu/~ms4992/secrets/keepingsecrets.html>

³⁵ <https://www.theguardian.com/lifeandstyle/2014/aug/12/one-in-ten-people-have-no-close-friends-relate?commentpage=1>

vida. Os idosos superam o isolamento com o carteadado e o chá das cinco. Interações deste tipo ajudam no fortalecimento das crenças e motiva os interlocutores a agir sinergicamente. Por isso mesmo os pequenos grupos são considerados de *referência*. Quando alguém fala em público representa um ponto de vista que não é só o seu, mas também o dos amigos (Bales, 1950). Quando os grupos afins se unem surge a efervescência (Durkheim, 2001), uma emoção coletiva que emerge entre os que enfrentam unidos um desafio e uma situação específica.

Usualmente as emoções coletivas e as emoções sociais se confundem. Isso acontece porque o gatilho que dispara a emoção coletiva se vale dos sentimentos que em posição *stand by* estão depositados no imaginário social. A excitação tem graus e níveis, podendo alcançar o paroxismo, percebido nos rituais místicos e religiosos, na devoção dos fãs a certas celebridades e no totetismo (Antunes Filho, 2012).

A união do grupo dá ao indivíduo uma identidade e um propósito (Goldenberg et al., 2017). A consequência é clara: a veemência é maior na ação coletiva do que a feita por uma só pessoa. Por vezes a coesão do grupo é tão forte que o mais frágil abdica de pensar de forma autônoma passando a andar a reboque dos demais (Janis, 1967).

Formatos e aparências

O Facebook, o Instagram e o Youtube são meios novos através dos quais as pessoas podem se exhibir facilmente. Cada era apresentou uma inovação tecnologia que ajudou os sujeitos a participarem do jogo das aparências. A fotografia, por exemplo, foi uma revolução na cobertura dos fatos pela imprensa. Os jornais ficaram fascinados com o novo recurso que substituiu as ilustrações feitas até então a bico de pena. Logo surgiu a publicidade que estampava a face e a silhueta das modelos estimulando os demais a se comportarem como as estrelas de cinema.

O cinejornal chamado de *Actualites* em francês começou a funcionar em Paris em 1910 sob a marca *Pathé*. Outras empresas de vários países também divulgavam notícias nas telas de cinema. No Brasil foi o caso do Canal 100 que funcionou até o ano 2000. Este tipo de programa que antecedia o filme recebeu o nome de *Noticeros* em espanhol e de *Wochenshau* em alemão. Cumpriu função similar à fotografia com a vantagem de ser *moving pictures*. Veiculava notícias brandas e superficiais sobre personalidades famosas, desfiles de modas, esporte e casamentos reais entre outros eventos triviais do cotidiano social. Seus valores eram os do showbiz, pois ajudava o público a escapar da realidade e a se divertir. O conteúdo *hard* das notícias sobre as guerras, a política e as revoluções ocupou lentamente a tela a contragosto dos donos das salas que desejavam integrar o novo veículo audiovisual no ambiente lúdico e diversional do lugar. Um dos seus subprodutos mais nobres foi o documentário,

um gênero inaugurado pelo escocês John Grierson. Foi o caso de *March of Times* exibido entre 1935 e 1951.³⁶

Para chamar a atenção dessa mídia algumas mulheres aparecem agora disfarçadas de *femme fatale* e alguns homens fingem ser *Don Juan*. O crítico de televisão John J. O'Connor lamentava em seu comentário publicado na edição do New York Times de 20 de junho de 1982 que o *exibicionismo* se tornara uma epidemia. Termo similar utilizado no Brasil é *estrelismo*. Usualmente ele é referido para caracterizar o comportamento afetado de personagens do esporte, da política e do entretenimento.

O *vedetismo* dessas pessoas é considerado anômalo, uma síndrome de quem se sente superior. O termo refere os principais traços das atrizes que apareciam nos espetáculos de dança e de erotismo do Teatro de Revista, uma espécie de *vaudeville* brasileiro.

O termo *vedetismo* refere, portanto, o comportamento exagerado e surpreendente dos astros e das estrelas. A definição deste verbete implica em afirmar a disposição do sujeito de atuar de forma deliberada com algum grau de espalhafato para assim atrair a atenção dos observadores. Esta definição faz lembrar a figura e o desempenho cênico de Lady Gaga.

Para aparecer na TV as pessoas estavam dispostas já na década de 1980, conforme O'Connor, a contar sem pudor ao público detalhes (nem sempre picantes) de suas vidas privadas. Dizia-se então que a intenção deste tipo de programação era expor a vida

³⁶ https://www.youtube.com/watch?v=M_z20g12UV4

como “ela é” aos telespectadores, uma espécie de *vídeo verité*, algo que parece justificar o assim chamado *reality show* de hoje. O desejo de atrair a atenção dos outros e de aparecer não é novo e se tornou usual ao longo do tempo. Isso explica o surgimento no passado remoto de instrumentos variados para maquiar a face e tatuar o corpo.

Os cosméticos já existiam no Egito dos faraós³⁷ e na China durante a dinastia Chou (século X a.C.). Artefatos utilizados na pintura foram encontrados no norte da África, na Índia e noutros lugares ainda. Os romanos usavam sabonetes, perfumes, desodorantes e misturas variadas. As mulheres removiam os pelos para parecer mais belas aos olhos dos homens (Olson, 2009). Costuma-se dizer por isso que a maquiagem “nasceu com a mulher”.³⁸ O make-up foi visto durante largo período de tempo como recurso teatral, útil ao mímico e utilizado pelas prostitutas, consideradas mulheres satânicas e impuras também por isso.

Mesmo alertados pelas admoestações sempre houve quem decorasse as bochechas e pintasse os olhos de preto a despeito da pregação bíblica contra a vaidade humana. Tornou-se um hábito em Bizâncio e noutros lugares onde os nativos ainda colorem o corpo com ocre para a realização dos rituais. É o que se vê, por exemplo, em diversos grupos de indígenas, de pigmeus e de aborígenes.

A indústria da cosmética tornou-se grandiosa e milionária, apesar da oposição que grupos dissidentes e alternativos

³⁷ <https://www.nytimes.com/2010/01/19/science/19egypt.html>

³⁸ Revista Manchete 1995, n. 2244, p.79

continuam a fazer aos disfarces cênicos das tinturas, do batom e de outros produtos similares. Entre os opositores dos embelezamentos do corpo esteve a Rainha Vitória (1819-1901) da Inglaterra conhecida por seu conservadorismo e rigidez moral. Ela descrevia a maquiagem como uma *máscara* vulgar, uma camuflagem que deveria ser evitada pela mulher decente em nome da modéstia, um valor cultivado em muitos grupos e lugares até hoje.

Os rebelados dizem que a maquiagem serve ao propósito da *publicidade enganosa* já que ela funciona como uma *armadura*³⁹ e produz uma "falsa aparência".⁴⁰ O jornalismo assumiu este significado do verbete ao definir sua missão como sendo a de mostrar "a realidade como ela é. Sem maquiagem".⁴¹

Os góticos e os darks londrinos imitaram David Bowie e Lou Reed e pintaram os lábios de preto. Serviu também de recurso metafórico a anúncios publicitários do tipo que o DNER fez em 1974. A peça alertava o motorista que "*Você sente o perigo na curva, e aí pode ser tarde. Antes de entrar na estrada, reveja seu carro como uma mulher revê a maquiagem antes de entrar num baile. Qualquer descuido pode ser fatal.*"⁴²

Recurso adicional à exibição social é a tatuagem aplicada ao corpo. Ele se transforma numa plataforma na qual se anuncia um amor, um slogan e outras mensagens pessoais. Esta é uma prática utilizada há longo tempo, embora seja vista por muitos como

³⁹ <https://www.quora.com/What-do-guys-really-think-of-girls-without-makeup>

⁴⁰ Revista Manchete, 1961, n. 887, pg. 123

⁴¹ Revista Manchete, 1990, n. 1987

⁴² Revista Manchete, 1974, n.1141, pg. 68

mutilação. Por isso acabou proibida em 1962 no Congo. Serve também de símbolo e marcador de uma identidade étnica e tribal, algo que acontece com os Bororós e Carajás no Brasil e com grupos nativos da África, da Austrália e da Nova Zelândia, entre outros lugares.

Os jovens roqueiros Teddy-Boys que nas décadas de 1950 a 1970 utilizavam roupas inspiradas no estilo da era eduardiana (1901-1910) do Reino Unido lançaram a tatuagem como moda, uma prática que foi comum entre os piratas e que é usual agora entre os marinheiros e os motoqueiros e entre membros de certas gangs.

Além deste meio o quadro resume dá exemplos das inúmeras maneiras através das quais as pessoas se exibem para atrair a atenção de todos. O objetivo neste caso é cair na boca do povo. O quadro faz um sumário das justificativas dadas ao mexirico. Resulta um sinal que ensina como atuar numa variedade de situações. É desta forma ainda que a pessoa fortalece sua identidade e navega com mais segurança em ambientes competitivos como é o caso das organizações complexas da hoje.

Quadro resumo: Canais e Razões do Mexerico

Canais do mexerico.	Razões para o mexerico.	Vedetismo e exibicionismo.	Parece, mas não é mexerico.
Blogs	Fortalecimento das crenças	Socialite	Rumor (uma informação que pode ser verdadeira ou falsa)
Colunismo político	Homofilia e sinergia	Esnobismo	Boato (informação que sempre é falsa)
Crônica Social	Coesão grupal	Fama	História do cotidiano
Websites	Entretenimento e relaxamento	Luxo	Marketing viral
Fórum de discussão	Autoestima e camaradagem	Escândalo	Fake news
Pequeno grupo	Malícia e bullying	Moda	Teoria conspiratória
Imprensa	Prestígio e afirmação pessoal	Maquiagem	Panfletagem
Programas de TV	Promoção de interesses	Reality show	Publicidade
Biografias	Conhecimento e curiosidade	Instagram	Propaganda
Revistas	Evitação da solidão	Tatuagem	Literatura
Twitter e Instagram	Competição	Filantropia	Espionagem
E mail	Reputação	Vida social	Relato de viagem
Redes sociais	Cooperação	Showbiz	Diário pessoal
Facebook	Persuasão e liderança	Retórica	Comédia stand up
Telefone	Vigilância social	Atuação cênica	Autobiografia
Coffee Houses, Pubs, bares e restaurantes	Conspiração e intriga	Extravagância	Livro reportagem
	Informação e prazer	Teasers	Testamento ético
	Delação		Hacking
	Voyeurismo		Psicoterapia

Estudo mostra que 90% das conversações feitas no ambiente de trabalho é mexerico (Beersma & Van Kleff, 2012). Embora algumas organizações tentem proibir o hábito da fofoca o fato é que

elas têm falhado. Os gerentes temem o poder que o fuxico tem de disseminar informação inverídica. Temem também o abalo que ele pode causar à moral e à confiança recíproca.

O mexerico pode gerar um nível elevado de animosidade entre indivíduos e grupos e um baque na reputação de algumas pessoas, algo que é feito também via e-mail (Yan & Zhang, 2021) e através de outros recursos úteis ao *bullying* digital.

Os comentários cínicos que muitas dessas fofocas divulgam surgem em virtude do sentimento de desgosto e da frustração, da insatisfação e da competição em torno de cargos e salários e da hostilidade mútua entre os funcionários (Kuo et al. 2015). Aparece de forma espontânea e pode servir de instrumento político aos inconformados que almejam ascender na hierarquia e derrubar a chefia (Van Interson, 2011)

Este tema de estudo é hoje popular. Várias fontes assinalam as consequências do fuxico organizacional. Entre elas estão a perda de produtividade, a erosão da confiança mútua e da moral e o aumento na ansiedade dos funcionários (Ben-Noun, 2021).

Evolução e simbiose

Explicação agora frequente diz que a prática do mexerico resultou da evolução da espécie humana. As pessoas assim como os chimpanzés e os macacos vivem em bandos. Elas cimentam relações através da linguagem e graças a ela podem cooperar com parceiros na realização de tarefas complexas (Dunbar, 1998). Para

tanto observam a vida dos outros. O que está distante da alçada dos sentidos do observador é considerado forâneo.

Quando o estrangeiro é acolhido ele promete aceitar as normas e os valores vigentes no grupo hospedeiro. Este é um dos principais dilemas do relacionamento intercultural na era da globalização e da imigração massiva do Oriente ao Ocidente. Ocorre que sempre há quem engana e trai a confiança concedida pelos nativos que esperam do recém-chegado o *altruísmo recíproco* (Trivers, 1971). Este autor mostra que os humanos dão vários sinais para confirmar o gesto de acolhimento e para denunciar o que o enganador promete, mas não cumpre. Entre eles estão a amizade, o desgosto, a agressão moral, a gratidão, a simpatia, a confiança, a culpa, a desonestidade e a hipocrisia. O mexerico é outra maneira de constranger o mentiroso (McAndrew & Bell, 2007).

Os críticos argumentam que a fofoca é uma necessidade dos invejosos, dos narcisistas e dos egoístas, das pessoas com baixa autoestima e dos solitários que não têm uma rotina interessante e que procuram preencher dessa forma o vazio de suas vidas. É também uma prática exercida mais intensamente pelas pessoas ansiosas. Os agressivos tendem a difundir mensagens maliciosas (Chua & June, 2014).

Nos casos mais graves a pessoa que observa a vida dos outros cultiva uma relação simbiótica com o observado. É o que acontece, por exemplo, com fãs obsessivos (Wainberg, 2016). O celebrante acaba adotando um estilo que é o do celebrado. A celebridade neste caso é chamada pelo celebrante de amigo (De Backer et al., 2007).

Perguntas sobre o que ocorria na intimidade da vida de Michael Jackson, sobre o que aconteceu entre Hanna Arendt e Heidegger e entre Meghan Marklee e a família real inglesa animam as conversas do povo. Certa dose de escândalo ajuda a difusão social do mexirico. Foi o que sucedeu também após Britney Spears raspar o cabelo e ficar sob a tutela do pai por um tempo.

Os atores para atrair a atenção aprenderam a enquadrar certo comportamento com os elementos e no formato que é julgado pelo observador como escândalo. O interesse da mídia por essas histórias excepcionais é consequência de sua necessidade comercial de conquistar audiência. Os atores sabem disso e se esforçam em suprir ocorrências deste tipo à dieta diária de surpresas que a imprensa promete ao público (Tufekci, 2013). O escândalo é considerado um dos sabores preferidos apresentados no cardápio *a la carte* ao paladar da conversa dos confrades

O apetite por histórias como essas vem de longe. A *Crônica Escandalosa* publicada no século XVIII na França contava fatos marotos do cotidiano da corte. Dava atenção especial à vida sexual dos monarcas, fato que abalou a imagem de Maria Antonieta julgada pelo povo como libertina. Seu marido, o rei Luís XVI era descrito como impotente. Na Rússia a gente falava e ouvia sobre as orgias promovidas pelo Czar Nicolau II.

Alguns escândalos têm vida curta. O que chama a atenção de muitos numa época passa a ser praticado por todos noutra. Alguns eventos deste tipo são locais e dependem do tempo e da circunstância. Outros repercutem no mundo todo também por um

tempo e raramente para sempre. Exemplo foi o instante no qual sessenta monges beneditinos de um mosteiro mexicano resolveram se submeter a tratamento psicanalítico. Logo começou o zum-zum que debatia a hipótese de que este era o caminho à apostasia. Como se sabe do desenlace não foi o que ocorreu e hoje se divulga que o Papa Francisco consultou quando tinha 42 anos durante seis meses uma psicanalista judia.

Alguns se percebem vítimas de escândalo indesejado. Outros o criam de propósito com vistas a se tornarem conhecidos e famosos. Deriva a clássica definição. Uma celebridade é uma pessoa que se tornou famosa porque se tornou famosa (Boorstin, 1992). Isso demanda exposição repetitiva e muita publicidade. Exemplos clássicos deste tipo de atuação pueril são Paris Hilton e as irmãs Kardashian. Elas se tornaram famosas por se tornarem conhecidas. Para tanto seguiram a regra usual do “broadcast yourself” recomendada aos que almejam ficar sob as luzes da ribalta.

Resulta que os celebrados desfrutam por algum tempo de alguma fama. No exterior foram criados os neologismos *Famesque* e *Celebutantes* para este tipo de personalidade chamativa. Em última instância a *persona* é sempre um bem simbólico manufaturado (Meyer, 1995). O personagem sabe que será celebrado enquanto puder nutrir com algum estímulo os sentidos das massas.

Na Grécia antiga a maioria da população dependia da conversação para se informar.⁴³ Decorre que o tema da confabulação foi tratado na poesia de Homero, por Aristóteles, na obra de Hesíodo e nas falas do orador Ésquines. Nas sociedades orais ouvir sempre foi uma *ocasião*. Este é um dado marcante até hoje já que 85% do que o estudante aprende na escola decorre da qualidade de sua audição (Barker et. al, 1980; p.109).

O diálogo é tema que frequenta as obras interessadas nos embates e nos silêncios que auxiliam ou prejudicam a comunicação entre as pessoas. Na sociedade moderna muitos desejam falar e poucos se dispõem a ouvir (Turkle, 2016). A audição é um sentido depreciado, especialmente no campo da política (Dobson, 2014; p. 3; Bickford, 1996) onde se costuma mencionar o direito à liberdade de expressão, mas não o dever de escuta, condição necessária à deliberação.

A audição ativa e empática é requisito para a ocorrência do mexirico. É o que agora se denomina de *escuta intensiva*. Ela implica em filtrar, processar, registrar, dar sentido e significado ao que chega aos ouvidos (Glenn, 1989). Embora a pessoa ouça muita coisa ao mesmo tempo, ele avalia e seleciona o que escutar no meio dos ruídos (Kahneman, 1973). É o que se chama de *efeito coquetel*, a habilidade de uma pessoa ouvir com atenção o falante no meio de uma festa tomada por ruídos (Cherry, 1953).⁴⁴

⁴³ <https://brewminate.com/ancient-rome-low-and-high-social-climbing-and-snobbery/>

⁴⁴ <https://pt.khanacademy.org/science/health-and-medicine/executive-systems-of-the-brain/attention-language-lesson/v/selective-attention>

Em média o ser humano fala e ouve confortavelmente entre 150 e 160 palavras por minuto (Williams, 1998). Os leiloeiros vão além e matraqueiam até 250 palavras. Alguns debatedores podem chegar a 500 palavras (Chafets, 2009), uma velocidade que atrapalha o entendimento e faz o som chegar ao ouvinte como murmúrio. O *Guinness Book* cita que o campeão mundial em velocidade chegou a falar 637 palavras por minuto, o que faz lembrar a narração esportiva do rádio.

Uma pesquisa mostra que uma pessoa ouve em média entre 20 a 30 mil palavras diárias.⁴⁵ Ela gasta 70 a 80% do dia envolvida em alguma forma de comunicação sendo 55% deste tempo ouvindo. Passados alguns minutos a pessoa lembra entre 17 e 25% do que ouviu. Na interação, 93% do que é captado emerge dos gestos faciais e do efeito prosódico da melodia da voz. A linguagem popularizou o resultado contrário na expressão "entrou por um ouvido e saiu pelo outro". É o que acontece quando predomina a desatenção e a falta de conexão entre os pares.

⁴⁵ <https://www.creditdonkey.com/listening-statistics.html>

Conclusão e considerações finais

O dito até aqui pode ser sintetizado nas ideias que seguem.

* O mexerico é um tipo de conversação usual em todas as culturas de todos os tempos (Giardini & Conte, 2011). Isso acontece porque ele cumpre funções essenciais como a formação de alianças entre parceiros e o controle social dos membros de uma comunidade.

* A principal mídia do mexerico é a oralidade primária, a que acontece nos encontros de membros de pequenos grupos. As notas da imprensa e de outros meios também difundem esses comentários sobre a vida privada de certo tipo de personagem.

* Os evolucionistas dizem que este tipo de interação é uma forma do sujeito buscar informação relevante ao seu ajuste às transformações do ambiente (McAndrew & Bell, 2007).

* O mexerico é uma maneira através da qual uma pessoa se compara com outras.⁴⁶ Ou seja, o *voyeurismo social* é um fenômeno em que todos observam todos.

* Quanto mais o mexerico for repetido mais credibilidade ele assume aos olhos dos que inicialmente o consideraram desinteressante. Sua credibilidade também cresce quando mais fontes transmitirem a mesma mensagem.

* O Instagram, o Youtube e o Facebook são plataformas que servem agora ao exibicionismo pessoal. São chamados por isso de

⁴⁶ <https://www.quora.com/Why-are-people-interested-in-others-lives>

lifecasters – canais através dos quais a gente se promove com a esperança de se tornar famosa.

*Ocorrência grave é a obsessão de uns pela vida dos outros. Neste caso o obcecado persegue sua vítima, algo que aconteceu com John Lennon assassinado por David Chapman. Este fenômeno que ocorre também via Internet é chamado de *cyberstalking* (stalk em inglês é perseguir). Ele é considerado no Brasil um crime (artigo 129 do código penal). É um tipo de comportamento no qual alguém se intromete de forma indevida na vida privada de outra (Spitzberg & Hoobles, 2002). Estima-se que isso ocorra com pelo menos dois por cento dos homens e com oito por cento das mulheres (Tjaden and Thoennes, 1998, 2000).

* O que se diz no murmúrio do mexerico atíça a curiosidade das pessoas. É uma espécie de delação em pequena escala.

* A má reputação da fofoca existe porque se supõe que ela seja uma calúnia, deliberadamente inverídica e pronunciada com o objetivo de difamar o alvo. São inúmeras as admoestações feitas em diversas fontes contra o hábito humano de falar da vida dos outros. Quando o mexerico é malicioso ele se torna um meio de influenciar e controlar o comportamento alheio impedindo o seu desvio moral (Shallcross et al., 2011; Peters et al. 2017).

* Fica claro, portanto que a máxima do *laissez faire* liberal do *viva e deixe viver* tem validade relativa. As pessoas observam intensamente o que acontece em seu entorno e com frequência atuam para controlar e penalizar o desvio de alguém através da fofoca.

* Muitos autores e comentaristas relacionam o mexerico ao escândalo. Isso acontece porque muito do que se comenta a portas fechadas trata deste tipo de ocorrência (Hammarlin, 2019). Escândalo é julgamento de valor do observador que avalia o acontecimento. A imprensa tem um papel grave no condicionamento do público ao enquadrar o fato nesta categoria que denota um comportamento inaceitável às normas do dia a dia.

* A verdade verdadeira é esta - quem fala e quem ouve desfrutam do mexerico. O prazer é um entre vários fatores subjetivos que explicam este tipo de cochicho (Gaiarsa, 1978). Outros sentimentos são a inveja, a baixa autoestima e o rancor.

* Hoje se sabe que os homens fuxicam. Isso acontece no lugar de trabalho, nos cafés e nos restaurantes, por exemplo. Na Grécia antiga eram eles que saíam às ruas para confabular com os amigos. O mesmo aconteceu na Idade Média (Wickam, 1998; pp. 3-24). Ocorre, no entanto, que desde o século XVI a palavra mexerico tem sido utilizada para denotar a mulher frívola que se deleita com *conversas fúteis*. Esta definição do *Oxford English Dictionary* a rotula também de *traficante de notícias* e de *tagarela*.

* Procede, portanto, a denúncia contra a mordança utilizada originalmente na Escócia contra a fofoqueira. Ela foi uma forma utilizada pelos homens de exercer seu poder de subjugar a companheira. Outra evidência disso é o fato de que a sociedade machista inglesa acabaria transformando o significado do verbete *gossip* que significava então "minha amiga" em *conversa mole*. Este

termo nunca foi utilizado para referir os homens que jogam conversa fora (Ferenci, 2019).

* O mexirico se parece, mas difere do rumor e de outras narrativas similares (White, 1984).

* A indústria da fama se vale da fofoca para alcançar seu objetivo de criar nos fãs e nos seguidores a sensação de intimidade com o celebrado.

* Apesar de ser um instrumento de controle utilizado nos vilarejos e nas pequenas comunidades o fato pouco salientado é que a necessidade do mexirico cresce à medida que a sociedade se torna complexa (Demerath & Korotayev, 2015). É uma forma de a pessoa superar a solidão, um mal que assola a sociedade moderna.

Referências

- ALFANO, M., Robinson, B. "Gossip as a Burdened Virtue." **Ethic Theory Moral Prac** 20, 473–487. 2017.
- ANDERSON, Cameron; Hildreth, John Angus D; & Hopwland, Laura. "Is the desire for status a fundamental human motive? A review of the empirical literature." **PubMed**. 141 (3): 574-601. 2015.
- ANDERSON E; Siegel EH; Bliss-Moreau E; Barrett LF. "The visual impact of gossip." **Science**. 332(6036):1446-1448. 2011
- BALES, Robert F. **Interaction process analysis: a method for the study of small groups**. Cambridge, Addison-Wesley. 1950
- BANERJEE, Anhijit et al. **Using gossips to spread information: theory and evidence from two randomized controlled trials**. 2019. http://stanford.edu/~arungc/BCDJ_gossip.pdf
- BARKER, Larry; Karen Gladney, Renee Edwards, Frances Holley & Connie Gaines. 'An investigation of proportional time spent in various communication activities by college students'. **Journal of Applied Communication Research** v. 8, n. 2, 1980.
- BEERSMA, Bianca & Van Kleef, Gerben. "Why people gossip: an empirical analysis of social motives, antecedentes, and consequences." **Journal of Applied Social Psychology**. 42, 11, pp. 2640-2670, 2012
- BEHRENS, F., Kret, M.E. "The Interplay Between Face-to-Face Contact and Feedback on Cooperation During Real-Life Interactions. " **J Nonverbal Behav** 43, 513–528. 2019.
- BEN-ZEEV, Aahron. "The vindication of gossip." In Goodman, Robert F & Ben-Zeev, Aahron. **Good Gossiping**. University Press of Kansas. 1994
- BEN-NOUN, Liubov. **Social Dynamics of Gossip**. 2021

BERGMANN, J. **Discreet Indiscretions: The Social Organization of Gossip**. New York: Walter de Gruyter. 1987

BERNE, Eric. **Games People Play – The Basic Hand Book of Transactional Analysis**. New York: Ballantine Books. 1964

BICKFORD, Susan. **The Dissonance of Democracy: Listening, Conflict, and Citizenship**. Cornell University Press; 1996

BIRCHALL, C. **Knowledge goes pop: from conspiracy theory to gossip**. (Culture Machine Series). Oxford: Berg. 2006

BOORSTIN, Daniel. **The Image: A Guide to Pseudo-Events in America**. Vintage. 1992

BORGATTI, Stephen P. "Centrality and network flow." **Social Network**. 27, pp: 55-71. 2005

BOSSON, Jennifer; **Amber B. Johnson; Kate Nierderhoffer**; William V. Swann Jr. "Interpersonal chemistry through negativity: Bonding by sharing negative attitudes about others." **Personal Relationship**. v. 13, n. 2, pp. 135-150. 2006.

BRONDINI, Natascia; Laura Fusar & Pierluigi Politi. "Something to talk about: gossip invreases oxytocin levels in a near real-life situation." **Psychoneuroendocrinology**. v. 77, pp. 218-224 março de 2017.

CAPLOW, Theodore. "Rumors in War." **Social Forces**, v. 25, no. 3, pp. 298–302. Oxford University Press, 1947

CHAFETS, Zev. 'Ministers of Debate'. **The New York Times**. 19/03/2009.

CHERRY, E. Colin. "Some experiments on the recognition of speech, with one and with two ears." **The Journal of the acoustical society of America**, v. 25, n. 5, p. 975-979, 1953.

CHUA, Sandy Valmores & JUNE, Kristine. "The Psychological Anatomy of Gossip." **American Journal of Management** 14(3) pp: 64-69. 2014.

COLE, Violet. **When women whisper: rumor and gossip as transcripts of resistance**. Senior Capstone Projects. 900. Tese. Vassar College. 2019.

COLSON, Elisabeth. **The Makah Indians – a Study of an Indian Tribe in Modern American Society**. Manchester University Press. 1974.

CRAMPTON, Suzanne M. et al. "The Informal Communication Network: Factors Influencing Grapevine Activity. " **Public Personal Management**. v. 27, n. 4, pp. 589-585. 1998.

DARTON, Robert. "Mademoiselle Bonafon and the Private Life of Louis XV: Communication Circuits in Eighteenth-Century France". **Media and Political Culture in the Eighteenth Century**, ed. by Marie-Christine Skuncke (Stockholm: Royal Academy of Letters, History and Antiquities), pp. 21–54. 2005.

DAVIS, Keith Davis. "Grapevine Communication Among Lower and Middle Managers," **Personnal Journal**, abril de 1969, p. 272.

_____. "The Care and Cultivation of the Corporate Grapevine." **Management Review** 62, Outubro, 1973.

DAVIS, William L.; O'Connor, J. Regis. **Serial Transmission of Information: A Study of the Grapevine**. Annual Meeting of the Southern Speech Communication Association. San Antonio, Texas. Abril de 1976.
[<https://files.eric.ed.gov/fulltext/ED123668.pdf>]

DE BACKER, C. J. S. et al. "Celebrities: from teachers to friends." **Hum. Nat.** 18, 334-354. 2007

DOBSON, Andrew. **Listening for Democracy**. Oxford University Press. 2014.

DEMERATH, Loren & Andrey V. Korotayev. "The Importance of Gossip Across Societies: Correlations with Institutionalization." **Cross-Cultural Research**. 49: 273-314. 2015.

DORES CRUZ, Terence D. Dores et al. "Gossip and reputation in everyday life". **Philosophical Transactions of the Royal Society B**. v. 376, n. 1838. 2021.

DORES CRUZ Terence D., Nieper AS, Testori M, Martinescu E, Beersma B. "An integrative definition and framework to study gossip." **Group Organ. Manag.** 46, 252-285. 2021.

DORNELES, Beatriz. "Evolução da coluna social ao longo do século XX." **Revista Brasileira de História da Mídia**. v. 6, n. 2, julho/dezembro de 2017.

DUNBAR, R. I. M. **Grooming, Gossip and the Evolution of Language**. Harvard University Press. 1998.

_____. "Gossip in evolutionary perspective." **Review of General Psychology**, 8, 100-110. 2004.

_____. "Co-evolution of neocortex size, group size and language in humans." **Behavioral and Brain Sciences** 16 (4): 681-735. 1993.

DUNBAR, R.I.M., Marriott, A. & Duncan, N.D.C. "Human conversational behavior." **Hum Nat** 8, 231–246 (1997).

DURKHEIM, Emile. **As formas elementares da vida religiosa**. Paulus. 2001.

EIDINOW, Esther. **Envy, Poison, and Death. Women in Trial in Classical Athens**. Oxford Scholarship Online. 2015.

[<https://oxford.universitypressscholarship.com/view/10.1093/acprof:oso/9780199562602.001.0001/acprof-9780199562602-chapter-12>].

ECKHAUS, Eyal & BEN-HADOR Batia. "Gossip and gender differences: a content analysis approach." **Journal of Gender Studies**, 28:1, 97-108, 2019.

ELIAS, Norbert. **A sociedade da corte. Investigação sobre a sociologia da realeza e da aristocracia**. Zahar. 2001

FARGE, Arlette & Revel, Jacques. **The Vanishing Children of Paris: Rumor and Politics before the French Revolution**, Cambridge, Mass.: Harvard University Press, 1991.

FEINBERG, Matthew; Willer, Robb & Schultz, Michael. "Gossip and Ostracism Promote Cooperation in Groups." **Psychological Science**. v. 25, n.3, 2014.

FERENCI, Silvia. **A história oculta da fofoca**. Boitempo. 2019.

FONSECA, Claudia. **Família, Fofoca e Honra**. Editora da UFRGS. 2000.

GAIARSA, J. A. **Tratado Geral da Fofoca. Uma análise da desconfiança humana**. Ed. Ágora. 1978.

GIARDINI, Francesca & Wittek, Rafael P. M. "Silence Is Golden. Six Reasons Inhibiting the Spread of Third-Party Gossip." **Front. Psychol.**, 13 May 2019.

GIARDINI, Francesca & Rosana Conte. "Gossip for social control in natural and artificial societies." **Simulation**. 2011.

GLENN, E. "A content analysis of fifty definitions of listening." **Journal of the International Listening Association**, 3, 1989.

GLINERT, Lewis; Loewenthal, Kaye Miriam & Goldblatt, Vivienne. "Guarding the Tongue: A Thematic Analysis of Gossip Control

Strategies among Orthodox Jewish Women in London." **Journal of Multilingual and Multicultural Development**. v. 24, n. 6, pp. 513-523, 2003.

GLUCKMAN, Max. "Gossip and Scandal." **Current Anthropology**. V. 4, n.3, pp. 307-316, 1963.

GOLDENBERG, Amit; Gaurav, Suri & Halperin, Eran. **The psychology of collective emotions**. 2017.

HAMMARLIN, Mic-Marie. "Media scandals, rumor and gossip. A study with an ear close to the ground." **International Journal of Cultural Studies**. v. 24, n.1, pp: 90-106. 2019.

HASSRICK, Royal B. **The Sioux: Life and Customs of a Warrior Society**. Univ. of Oklahoma Press. 1964.

HAUGEN, MARIT S. & MARIANN VILLA. Big Brother in rural societies: Youths' discourses on gossip. **Norsk Geografisk Tidsskrift- Norwegian Journal of Geography**. v. 60, 209-216. Oslo. 2006.

HEGLAND, Mary Elaine. "Gossip: Iran, Afghanistan, and South Asia". **Encyclopedia of Womens & Islamic Cultures**. 2009.

HERRIMAN, Nicholas. "The Great Rumor: gossip, mass media, and the Ninja Fear." **The Journal of Asian Studies**. V. 69, n. 3, pp. 723-748. 2010.

HOFMAN, Elwin. "An obligation of conscience: gossip as social control in an eighteenth-century Flemish town." **European Review of History: Revue euroóenne d'histoire** v. 21, p. 653-670. 2014.

HUNTER, Virginia. "Gossip and the Politics of Reputation in Classical Athens." **Phoenix**, v. 44, no. 4, PP. 299-325. Classical Association of Canada, 1990.

INGE, Thomas (ed.) **Truman Capote Conversations**. Univ. Press of Mississippi. 1987.

INGRAM, Gordon P. D. "Gossip." **The International Encyclopedia of Anthropology**. 2018

JANIS, Irving. **Victims of groupthink: a psychological study of foreign decisions and fiascos**. Boston. Houghtin Mifflinm 1967.

JEEVES, Nicholas. "The Serious and the Smirk. The Smile in Portraiture." **The Public Dominion Review**. 2013

JOLLY, Eshin & Chang, Luke J. "Gossip drives vicarious learning and facilitates social connections." **Current Biology**. v. 31, n.12, pp. 2539-2549. E6. 21/04/2021

KAHNEMAN, D. **Attention and effort**. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall. 1973

KANE, Victoria Eileen. **False Lips and a Naughty Tongue: Rumors and 18th Century Native Americans**. Dissertations, Theses, and Masters Projects. Paper 1539625992. College of William & Mary - Arts & Sciences. 1995

KNAPP, Robert H. "A Psychology of Rumor." **The Public Opinion Quarterly**, vol. 8, no. 1. Oxford University Press, American Association for Public Opinion Research, pp. 22–37, 1944.

KUO, Chien-Chih et al. "Gossip in the workplace and the implications for HR management: a study of gossip and its relationship to employee cynicism." **The International Journal of Human Resource Management**. v.26, n. 18 pps. 2307 – 2288. 2015.

LEVIN, J. & Arluke, A. **Gossip: The inside scoop**. New York: Plenum. 1987.

LIMA, Allysson Fillipe Oliveira. **O povo entoa a revolução. Movimentos populares e canções na revolução francesa (1789-1794)**. Dissertação. Universidade Federal de Minas Gerais. 2017.

LIND, Pedro G. et al. "Spreading gossip in social network." **Physical Review E**. outubro de 2007.

LYONS, Mina T. & Hughes, Sara. "Malicious mouths? The dark side and motivation for gossip." **Personality and Individual Differences**. 78, pp. 1-4, 2015.

McANDREW, Frank & Bell, Emily K. "Who do we tell and whom do we tell on Gossip as a Strategy for Status Enhancement." **Journal of Applied Social Psychology**. 37, 7, pp. 1562–1577. 2007.

McNAMARA, Kim. "The paparazzi industry and new media: The evolving production and consumption of celebrity news and gossip websites." **International Journal of Cultural Studies** 14(5) 515–530. 2011.

MALINOWSKI, B. (1923). "The Problem of Meaning in Primitive Languages." In C. K. Ogden, & I. A. Richards (Eds.), **The Meaning of Meaning** (pp. 296-336). London: K. Paul, Trend, Trubner. 1923.

MARTIN, N. "**Literature and Gossip - An Introduction.**" **Forum for Modern Language Studies** 50.2. 135–141. 2014.

MARTINESCU, Elena; Janssen, Onne & Nijstad, Bernard A. "Self-Evaluative and Other-Directed Emotional and Behavioral Responses to Gossip About the Self." **Frontiers in Psychology**. 4-1-2019.

MEYER, David S. & Gamson, Joshua. "The challenge of cultural elites: celebrities and social movements." **Sociological Inquiry**. v.65, n. 2. p. 181-206, 1995.

MUGFORD, G. "¿Qué creen? No soy chismoso pero.... Mexican gossip: Affiliation or self-interest?". **Normas** 7 (1), pp. 149-168. 2017.

OLSON, KELLY. "Cosmetics in Roman Antiquity: Substance, Remedy, Poison." **The Classical World**, vol. 102, no. 3, [The Johns Hopkins

University Press, Classical Association of the Atlantic States] pp. 291–310, 2009.

PAINE, Robert. "What is gossip about? An alternative hypothesis." **Man**, New Series. v. 2, n. 2, pp. 278-285. Junho de 1967.

PETERS K, Fonseca MA. "Truth, Lies, and Gossip." **Psychol Sci**. 2020 Jun; 31(6):702-714. Epub 2020 May 26. Erratum in: *Psychol Sci*. 2020 Jul 15;:956797620944135. PMID: 32453621.

PETERS, K; Jetten, J; Radova, D; et al. "Gossiping about deviance: evidence that deviance spurs the gossip that builds bonds. " **Psychological Science**. Univeresity of Queensland. v. 28. pp. 1610-1619. 2017.

PETERSEN, Anne Helen. **The gossip industry: producing and distributing star images, celebrity gossip, and entertainment news 1910-2010**. Dissertação. The University of Texas at Austin. 2011.

RADIN, Paul. **Primitive man as a philosopher**. D, Appleton and Company. 1927.
[https://monoskop.org/images/4/47/Radin_Paul_Primitive_Man_a_s_Philosopher_1927.pdf]

REID, Miguel Orlando. **Men's gossip**. Tese. California State University. 2000.

ROBBINS, Megan L. & Karam, Alexander. "Who gossip and how in everyday life." **Social Pyschological and Personality Science**. V. 11, n.2, 2020.

SCHUDSON, Michael. "Why conversation is not the soul of democracy." **Critical Studies in Mass Communication** 14, pp. 297-398. 1997.

SHALLCROSS, Linda; Ramsay, Sheryl, & Barker, Michelle. "The power of malicious gossip. " **Australian Journal of Communication**. 38(1), pp: 45-68. 2011.

SLEPIAN, Michael & Katharine Greenaway. "The benefits and burdens of keeping other's secrets." **Journal of Experimental Social Psychology**. v. 78, pp. 220-232, setembro de 2018.

SLEPIAN, Michael. "A process model of having and keeping secrets." **Psychological Review**. 3 de junho de 2021 (ahead of print).

SLEPIAN, Michael & James N. Kirby. "To whom do we confide our secrets." **Personality and Social Psychology Bulletin**. pp. 1-16. 2018.

SLEPIAN, Michael; Jinseok S. Chun & Malia F. Mason. "The experience of Secrecy." **Journal of Personality & Social Psychology**. v. 113, n.1, pp: 1-33. 2017.

SOMMERFELD RD, Krambeck HJ, Semmann D, Milinski M. "Gossip as an alternative for direct observation in games of indirect reciprocity. " **Proc Natl Acad Sci U S A.**; 104 (44):17435-17440. 2007.

SOUZA, Rogério Martins de. **O cavalheiro e o canalha: Maneco Müller, Walter Winchell e o apogeu dos colonistas sociais após a II Guerra Mundial**. XXX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Santos. 2007.

SPITZBERG, Brian H. & Hoobles, Gregory. "Cyberstalking and the technologies of interpersonal terrorism. " **New Media & Society**. V.4(1): 67-88. 2002.

TAYLOR, Elycia M. **Gossip as an interpersonal communication phenomenon**. Tese. Eberly College of Arts and Sciences at West Virginia University. 2005.

TJADEN, P; N. Thoennes & C. Allison. "Comparing Stalking Victimization from Legal and Victim Perspectives". **Violence and Victims**. 15(1): 7-22. 2000.

TUFEKCI, Zeynep. "Not this one: Social Movements, the Attention Economy, and Microcelebrity Networked Activism." **American Behavioral Scientist** XX (X) 1–23, 2013.

TURKLE, Shery. **Reclaiming Conversation**. Penguin Books. 2016.

TRAVANCAS, Isabel. "A coluna de Ibrahim Sued. Um gênero jornalístico." **Revista Intercom**. v. 24, n.1, 2001.

TRIVERS, Robert L. "The Evolution of Reciprocal Altruism." **The Quarterly Review of Biology**, v. 46, n. 1. pp. 35-57. Março de 1971

VAN VLEET, Krista. "On gossip, envy and ethnography in the Andes." **Ethnography**. v. 4 (4): 491-519, 2003.

VAN AVERMAET, E. "Social Influence in small groups." **Introduction to Social Psychology: A European Perspective**, 1996.

VAN ALSTYNE, Marshall; BRYBJOLFSSON, Erik. "Electronic communities: Global village or cyberbalkans?". **The International Conference on Information Systems**. Cleveland, OH, 1996.

VAN EIJCK, Jan. **Gossip in Dynamic Networks**. The 3rd Tsinghua Logic Colloquium, Beijing October 21, 2015.

VAN INTERSON, Ad; Michelson, Grant & Waddington, Katryn. "Breaking the Silence. The Role of Gossip in Organizational Culture." In Ashkanazy, Neal. **Organizational Dynamics and Identity: Defining the New Paradigm**. pp: 375-392. 2011.

WAINBERG, Jacques. "O ativismo das estrelas e a comunicação dissidente." **Animus** (Santa Maria. Online), v. 15, p. 1-21, 2016.

WEASTACOTT, Emrys. "The Ethics of Gossiping." **International Journal of Applied Philosophy** 14:1. ISSN 0738-098X. pp. 65–90. 2000.

WHITE, J. R. R. "News is History. Your Daily Gossip." In J. R. Martin & Ruth Wodak. **Re/Reading the past. Critical and functional properties on time and value.** John Benjamin Publishing. 1984.

WILKES, Roger. **Scandal: A Scurrilous History of Gossip.** 1700-2000. Atlantic Books. 2002.

WILLIAMS, J. R. 'Guidelines for the use of multimedia in instruction. ' **Proceedings of the Human Factors and Ergonomics Society 42nd Annual Meeting**, 1447–1451. 1998.

WILLS, Gary. "Rome's Gossip Columnist." **The American Scholar.** 1 de março de 2008.

WITTGENSTEIN, L. **Tractatus Logico-Philosophicus.** Revised Edition. London: Routledge, 1974.

WU, Junhui; Balliet, Daniel & Van Lange, Paul A. M. "Reputation, Gossip, and Human Cooperation." **Social and Personality Psychology Compass** 10/6. pp. 350-364. 2016.

WRIGHT, Brian J. "Ancient Rome's Daily News Publication with some likely implication for early christian studies. " **Tyndale Bulletin** 67.1 pp. 145-160. 2016

YAN, Liang & Zhang, Qian. "The Study on the Influence of Workplace Gossip on Employees' Work Enthusiasm." **E3S Web of Conferences** 253, 01024. 2021.

YI, Sheng Kung Michael; Steyvers, Mark; Lee, Michael D.; Dry, Matthew. "The wisdom of the crowd in combinatorial problems." **Cognitive Science.** 36(3):452-70. 2012.

