

# LA SEDUCCIÓN DEL CHISME

NEVIS BALANTA CASTILLA\*

## 1. La Etimología del Término

Escribir sobre el chisme es de algún modo controvertirlo, pues su naturaleza escapa a lo escrito y a lo impreso, aunque la contemporaneidad le haya impuesto nuevas formas de operacionalización que han trascendido la palabra hablada. Sin embargo, él aún desciende a la boca en busca del *despotricar* cotidiano acerca de los otros.

Es porque el ejercicio del rumor incuba en sus entrañas una sublimación, una plenitud que hace crisis en las instituciones, pero que a su vez las puebla y dinamiza.

El chisme sostiene los velos que nublan la franqueza y la comunicación *cara a cara*; pero, paradójicamente, el run-run aún lo disperso, y sirve también como elemento de cohesión social para ciertos grupos sociales o institucionales que se dedican a darle cuerpo y a enconar heridas propinadas por las palabras.

¿Quién no ha sido ataviado o desvestido por un chisme en las infinitas escalas de la cotidianidad? ¿No se han cernido sobre nosotros tipificaciones hechas por rumores? ¿Acaso hemos corrido el cerrojo de la boca para que deje de desatarlos?

El fenómeno del chisme es tan interesante como cualquier otro; no en vano dice el refrán que “*cuando el río suena, piedras lleva*” haciendo referencia a la construcción de realidades a partir de los *run runes*. Es por ello que, guiados por el entramado de chismes que hemos percibido en el marco de todas las instituciones, queremos acercarnos al tema, especialmente como un ejercicio exploratorio; primeramente, instalándonos en la etimología del vocablo para luego llegar a un concepto que incluye características y tipologías que lo que hacen es desentrañar su funcionamiento.

De acuerdo con el etimólogo Corominas<sup>1</sup> el vocablo *chisme* procede del latín *Cimex Icis*, que significa *niñería o cosa despreciable*. En la etimología grecolatina el término se relaciona con *Schisma*, cuya semántica está asociada con *cisma o división*, y en castellano viene de *chinche* o *cosa despreciable*<sup>2</sup>.



### PALABRAS CLAVES

RUMOR, RUN-RUN,  
MURMURACIÓN, PROCESOS  
DE COMUNICACIÓN



\* Licenciada en Lingüística y Literatura Universidad Distrital F.J.C. Magister en Investigación Social Interdisciplinaria Universidad Distrital F.J.C. Profesora adscrita a la Facultad Tecnológica de la Universidad Distrital F.J.C.

1 COROMINAS, Juan. *Diccionario crítico etimológico de la lengua castellana. Volumen II* Editorial Gredos. Madrid. 1974. p 67.

2 *Ibid.*, p. 67.

Como se observa, las etimologías nos conducen a una negativización del chisme. Así, no es fortuito que se le asigne un sentido despreciativo que también se relaciona con el significado asociado a *objeto viejo o baratija*. En efecto, el run-run divide y crea la discordia entre personas o grupos. Hay que advertir entonces que el chisme funciona en forma semejante a otros sistemas de representación simbólica como la religión, pues se da una especie de *narcisismo de pequeñas diferencias*, porque con las personas simpatizantes en un momento dado se crean lazos de afectividad estables, pero con aquellas que no pertenecen al círculo de simpatía (contra los que se rumora), se genera un ambiente de hostilidad y agresión muchas veces suscitado por el rumor<sup>3</sup>.

## 2. Algunas Diferencias

Se ha decidido utilizar en el texto los términos: chisme- rumor - run-run y murmuración a manera de sinónimos, aunque existen algunas diferencias. *Rumor* viene del latín y significa *fama*. En la práctica este ejercicio hace famosos a los involucrados, quienes salen del anonimato para protagonizar un proceso de anclaje que hacen las personas a través del lenguaje. El *run-run*<sup>4</sup>, en cambio, hace referencia a la onomatopeya del sonido sordo de quienes hablan bajito o susurran, y se relaciona con el vocablo godo *runa* (secreto, misterio). *Murmuración* por su parte, procede del latín *murmurari* y tiene que ver con la realización de un ruido sordo y prolongado.

De este modo, la significación del *run-run* y la *murmuración* reflejan la actitud que se toma cuando se chismea. La mayoría de las veces se hace a manera de subterfugio o crípticamente. Pero, ¿qué es el rumor? ¿cómo funciona en las



instituciones? y, especialmente, ¿cuáles son los motivos de su existencia?

Aquí conviene detenerse en la primera pregunta para intentar ofrecer un concepto. *El chisme es una forma de comunicación informal que se expande en red sin que se conozca el origen, tiene cierta permanencia en los grupos, instituciones y contextos en general y es duradero en el tiempo*. Se trata de aseveraciones que se presumen verdaderas o verosímiles, por lo mismo que las fuentes que lo originan no son fácilmente verificables. También son mensajes emotivos que contienen informaciones de interés para una colectividad específica. Sirven para debilitar, romper o fortalecer relaciones.

## 3. Algunas Características del Chisme

Vale la pena resaltar algunas características de esos dardos cotidianos, enumeradas a continuación:

<sup>3</sup> FREUD, Sigmund. *Psicología de masas y análisis del yo*. Buenos Aires. Biblioteca Nueva. p. 258

<sup>4</sup> MONLAU, Pedro Felipe. *Diccionario etimológico de la lengua Castellana*. Librería El Ateneo. Buenos Aires, 1944

- La **exageración**: la hipérbole se apodera de las palabras con el fin de engrandecer los acontecimientos y las caracterizaciones que se hacen de los otros revistiéndolas de importancia común
- La **ultrageralización**: en el chisme se generaliza excesivamente para hacer creíble lo que es objeto de él. En ese sentido el prejuicio convierte el run-run en dogma y lo legitima a través de una idea general compartida.
- La **estigmatización**: hace referencia a las categorizaciones simples que describen a individuos, grupos y situaciones a partir de pre-nociones simbólicas que se manifiestan colectivamente a través de las representaciones que hace la gente. Tipificar a alguien como *corrupto*, *homosexual*, o *mediocre*, son ejemplos de situaciones muy comunes en las instituciones y vislumbran lo difícil que es cambiar esos esquemas mentales, pues configuran opiniones generalizadas y se quedan en el imaginario colectivo hasta que el lenguaje los filtra y los convierte en verdades, creencias o ideas casi inmodificables, cuya forma de emerger más exitosa es la socialización. Aquí no puede olvidarse que *“una mentira dicha mil veces se convierte en verdad”*.

#### 4. El Chisme como Fenómeno Institucional

Si se acude al ejemplo de las instituciones educativas se encuentra que el discurso que circula no es solamente el académico, pues las posiciones teóricas, las visiones epistemológicas y las decisiones administrativas esconden posturas políticas mediadas por fuerzas de poder, las cuales utilizan el chisme como forma de exaltación de unos y de descalificación de otros.

Esto permite el enraizamiento social del rumor anclando los significados y contenidos que a éstos subyace. *“En las jerarquías de poder los rumores sirven, tanto a las reglas del juego de una dictadura como a las de una democracia, ya sea si son lanzados desde «arriba» o si vienen de «abajo»*<sup>5</sup>.

En ese juego de poderes institucionales el chisme también es un medio para conocer ciertas decisiones inéditas, porque cuando hay desconocimiento de las políticas de una administración o privación de información, los interesados crean chismes como una manera de suplir ese vacío.

Este mecanismo no es sólo propio de instituciones pequeñas sino de medios masivos, con relación a personajes públicos a quienes por el desconocimiento de sus intimidades se les inventan rumores, los cuales llegan a tener gran impacto y son difíciles de desmentir. En efecto, el chisme es tan importante para las instituciones que en los medios de comunicación hoy día se ha llegado hasta el punto de institucionalizar una sección en los noticieros sobre *“chismecitos”* de farándula, la cual riñe de algún modo con el quehacer periodístico en torno al manejo de las fuentes de información, pues en los rumores mediáticos se presume una credibilidad inducida por los hechos, con un matiz de indeterminación al enunciarse una relación indirecta con las fuentes manifiesta en las siguientes expresiones: *“se dice que”*, *“se afirma que”*, *“expertos aseveran que”*, *“muchos aseguran que”*, *“algunos chismosos nos llamaron para contarnos que”*, entre otras que rodean esa vaguedad del origen del run-run.

Otras aplicaciones del chisme en los medios de comunicación la ilustra la constitución de

<sup>5</sup> VALENCIA, Alonso. El Chisme y el Escándalo en la Sociedad Colonial. En: Estudios Sociales FAES. Número 3. Septiembre 1988. p. 37

programas televisivos tales como *Sweett*, cuyo eslogan es “*el dulce sabor del chisme*”, que entre otras personalidades se encuentra demandado por la cantante colombiana Marbelle, aludiendo violación de la intimidad de la tenencia y calumnia; el programa *Dicen con la Negra Candela* también es ilustrativo de esta dinámica “*run-runesca*” y por ello se encuentra fuera del aire, concretamente al vulnerar la intimidad de la actriz Luly Bosa.

### 5. Creación y Creatividad

Otra característica del chisme es la *creación* y la *creatividad*. En muchos casos ellos se constituyen en creaciones colectivas que además de hacer emerger el episodio discursivo: el rumor como proceso-red comunicacional con sus afiladas sombras. *También crean las situaciones o los acontecimientos que circulan en el run-run*; tal es el caso del conocido cuento de Gabriel García Márquez. “*La idea que da vueltas*”<sup>\*</sup>; allí, por una corazonada de que algo va a ocurrir en el pueblo el rumor gesta una serie de hechos en cadena que desembocan en la desocupación del lugar y hasta en la quema de viviendas antes de la huida masiva. El cuento refleja además la creatividad de la gente: esa imaginería colectiva que García Márquez ha llamado “*realismo mágico*” y Carpentier “*lo real maravilloso*”, característica que hace parte de la *colombianidad*, entendida como esa manera de ser, pensar y actuar nuestra que es común a los latinoamericanos en general, y que está llena de chispa, emoción y vitalidad.

Acudiendo a otro ejemplo en torno a la “*creación*”, la sociedad colonial es ampliamente

recordada por la cantidad de chismes originados en su seno; a tal punto que muchos amancebamientos de parejas se realizaron llevados por el prejuicio del chisme, pues el rumor era tan de dominio público que no había forma de escapar de él; así, una manera de salvarse del escándalo relacionado con el honor, era llevar a cabo la acción sugerida por la murmuración<sup>6</sup>.

### 6. Chisme y Mentira

La característica de creación nos permite plantear la relación entre chisme y mentira, surgida en un ámbito intersubjetivo soportado por la simulación y la hipocresía. Los chismes son en muchos casos mentiras: se afirma algo falso haciendo creer a los demás que es verdad, pero se tiene plena conciencia del engaño. Es decir, existe la voluntad de materializar una falsedad haciéndola efectiva mediante una estrategia concreta que es el rumor. Cabe al respecto



\* *El cuento relata la historia de una señora que amanece con un presentimiento de que algo va a suceder en el pueblo. Se lo comenta a su hijo y éste a otros. Así se riega el rumor, y el carnicero vende toda la carne porque todos creen que algo va a acontecer. Finalmente llevados por el miedo colectivo del rumor abandonan el pueblo.*

6 VALENCIA, Alonso. *El Chisme y el Escándalo en la Sociedad Colonial*. En: *Estudios Sociales FAES*. Número 3. Septiembre 1988. p. 37

destacar el rumor que circuló en Internet hace dos años sobre el fracaso financiero de *Davi-vienda*, el cual propició largas filas en la corporación cuando todos los ahorradores pretendieron sacar sus dineros ante la inminencia de la quiebra que manifestaba el chisme. Es decir, ni la economía escapa a este fenómeno, pues *muchos desequilibrios financieros se han basado en run-runes*.

El chisme es entonces, en muchos casos, un artilugio, o en otras palabras un acto de habla insincero que pretende ser creído y que viola las máximas de cualidad del *principio de la cooperación* de Grice, quien en su momento afirmó: “*No digas lo que creas falso. No digas aquello de lo que careces de prueba*”<sup>7</sup>. En ese sentido, ya habíamos esbozado que el chisme es difícil de verificar o desmentir por falta de pruebas para contradecir o comprobar sus efectos.

Pero además de la relación con la mentira, el rumor se relaciona también con los espacios. En otras palabras, hay un legado de chismes en ciertos lugares: conviene detenerse en las tiendas, donde en ese “*todo como en botica*” los run-runes tienen cabida; esto se explica porque son espacios de obligada concurrencia en los que la conversación toma figura de run-run y es prisionera de diversos temas que surgen en el momento de la conversación.

La cafetería es otro de los espacios asociados al chisme; por ello se plantea la transición del café a la cafetería. Este último lugar, según Verdu<sup>8</sup>, es el afeminamiento del café en el sentido de la relación del chisme con la mujer, pues el café era más intelectual y la cafetería más pueril en el manejo de los temas que se abordan. Así, hay una serie de lugares o no lugares que los propician: salones de belleza, billares y pasillos son algunos de esos, donde hombres y mujeres hacen catarsis a partir de rumores.

7 GRICE, H:P citado por: Searle, Kiefer y Bierbisch, *Speech. Acts theory and pragmatics*. London, 1980. p 31.

8 VERDU, Vicente. “*Emociones*”. Madrid. 1997

## 7. Tipología y motivaciones del chisme

A propósito de los temas del chisme puede hacerse una tipología de ellos. De acuerdo con el asunto tratado se encuentran chismes políticos, de farándula, económicos, institucionales, culturales, intelectuales o literarios, entre otros. Así mismo, en relación con los propósitos que ellos encierran pueden tenerse: chismes difamatorios, propositivos, anecdóticos, positivos y negativos.

Los rumores institucionales tienden a instalarse en lo negativo, porque su propósito es la agresión a algún grupo o población dentro del contexto en el que circulan para crear rivalidad. Hay también rumores de anhelo que gestan acontecimientos deseados, como el pago de un sueldo, marchas, revoluciones u otras acciones de hecho.

En el desarrollo de esta indagación sobre el chisme tampoco puede olvidarse la mención acerca de las razones de su surgimiento en las instituciones. Como se había planteado, una de esas causas es un *vacío en la información* de quienes no ostentan un macropoder, porque los individuos llenan esa privación de información institucional elaborando sus propios planteamientos, que en muchos casos se convierten en acciones. El chisme se presenta entonces como un razonamiento resultante de una necesidad arraigada en los deseos.

Otras motivaciones o causales se enumeran a continuación:

- El *conflicto*, pues su existencia altera la cotidianidad y la vuelve difusa, hasta el punto de generar una crisis que destila rumores para atenuarla o ahondarla.
- La *afectividad*: esta causa es inherente a los seres humanos y el rumor es originado por

pasiones; refleja necesidades o privaciones afectivas de quienes lo gestan, porque el chisme es también una actitud psíquica que aflora en los adentros y se externaliza con la murmuración

- La búsqueda de **vigencia**: los chismes hacen vigentes ciertos acontecimientos; incluso crean la actualidad. Así, algo pasado se puede convertir en actual gracias a su acción, al hacer que un tema sea de interés común y se instale en un tiempo sincrónico que bosqueje esa vigencia
- El **relajo**: rumorar hace parte de ese comportamiento que suspende la seriedad, en muchos casos para desplazar la atención a lo trivial, lo poco importante o lo real-ficcional en el gesto o en la significación del sentido común. Así, en el chisme hay un cierto carácter de “*digresión*” un “*desvío de algo*”, cuyo objetivo es distensionar una colectividad<sup>9</sup>.

Por último, el impacto del chisme se debe a que conforma una red sólida en la que hay una serie de eslabones que expanden y transmiten el mensaje, lo reelaboran, interpretan y lo convierten en representación. Esto porque en la comunicación no hay nada fijo; él empieza de una manera, y en el marco de esa cadena de eslabones que configuran la red resulta muy distinto a como se concibió al principio.

En todo este marco de comprensión del rumor sólo nos basta preguntarnos: *¿hacemos comentarios frecuentes sobre los demás? ¿nuestro discurso para caracterizar a los otros está lleno de adjetivos negativos? ¿reconocemos también lo positivo de los otros?*. En fin. Lo importante es que al participar en el fenómeno del chisme no nos convirtamos en alumnos de la “*escuela de la murmuración*”<sup>10</sup>, donde la hipocresía y los prejuicios ocultan la “*maleficiencia*” de lo humano.

T  
&

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- COROMINAS, Juan. Diccionario Crítico Etimológico de la Lengua Castellana. Volumen II. Madrid, Ed. Gredos. 1974
- FREUD, Sigmund. Psicología de Masas y Análisis del Yo. Buenos Aires. Biblioteca Nueva. 1980.
- MONLAU, Pedro Felipe. Diccionario Etimológico de la Lengua Castellana. Buenos Aires. Librería El Ateneo. 1994
- Searle, Kiefer y Bieibisch. Speech Acts Theory and Pragmatics. London. 1980.
- PORTILLA, Jorge. Fenomenología del Relato. México. Fondo de Cultura Económica. 1986.
- VERDU, Vicente. Emociones. Madrid. Paidós. 1997.
- VALENCIA, Alonso. El Chisme y el Escándalo en la Sociedad Colonial en Estudios Sociales. FAES No. 3. Septiembre 1988.

.....

<sup>9</sup> PORTILLA, Jorge. Fenomenología del Relajo. México: Fondo de Cultura Económica 1986, p. 32

<sup>10</sup> La Escuela de la Murmuración es una corriente teatral de Richard Brinsley Sheridan que intentaba rescatar la risa y burlarse de los hipócritas