



Clima de Opinião: Um pressuposto da Espiral do Silêncio¹

Beatriz de Oliveira Silveira²

Rosana Nantes Pavarino³

Universidade Católica de Brasília, Taguatinga, DF

RESUMO

Este artigo estuda o clima de opinião como fator relevante à omissão da expressão da opinião pessoal de um indivíduo, levando em conta sua percepção da Opinião Pública a partir das relações interpessoais e dos conteúdos midiáticos. A intenção é mostrar a importância de se formar uma opinião com base em experiências e conhecimento, e não apenas sob as perspectivas apresentadas nos meios de comunicação de massa.

PALAVRAS-CHAVE: espiral do silêncio; clima de opinião; opinião pública.

A Comunicação de Massa, segundo Nathalia Younes (9 Out. 2007) consiste na fabricação em série de informações, com o objetivo de atingir o maior contingente possível de pessoas de uma só vez. Os indivíduos alcançados por ela compõem a Sociedade de Massa. Essa Comunicação de Massa desenvolveu-se após a Primeira Revolução Industrial⁴, tendo seu início na segunda metade do século XVIII e consolidando-se no início do século XIX. Foi representada pelo jornal diário, cujas divulgações se desprenderam do âmbito político e passaram a abranger assuntos de interesse social, como saúde e educação, compreendendo notícias sobre os acontecimentos do dia-a-dia, cultura e economia. Todo esse aumento de possibilidade de temas veio acrescido do uso de novas tecnologias, proporcionando uma evolução da Comunicação de massa, que passou a fazer uso do rádio, do cinema e da televisão.

A comunicação de massa é uma característica fundamental da sociedade de massa, à qual está ligada de forma indissolúvel. Assim, quem fala em sociedade de massa, fala em comunicação de massa. Portanto, se foi no século XIX que se iniciou uma das primeiras indústrias culturais – a do jornal diário –, vai ser no século XX que se

¹ Trabalho apresentado na Sessão de Teorias da Comunicação, da Intercom Júnior – Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do XXXI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Estudante de Graduação 6º. semestre do Curso de Publicidade e Propaganda da Universidade Católica de Brasília - UCB, email: beatriz.silveira7@gmail.com

³ Orientadora do trabalho. Professora do Curso de Comunicação Social da Universidade Católica de Brasília - UCB, email: rosana.pavarino@gmail.com

⁴ Foi iniciada na Inglaterra e consiste no desenvolvimento da indústria, a partir de tecnologias que aceleraram o processo de criação em diversos segmentos. No campo, por exemplo, ao invés 5 homens realizando a tarefa de arar, capinar e adubar a terra, agora há apenas um, operando uma máquina que faz tudo isso com rapidez e agilidade.



terá o coroamento desse processo, com o desenvolvimento da TV no pós-Guerra. A partir daí, a aceleração do desenvolvimento tecnológico deu origem às novas tecnologias que, a cada dia que passa, introduzem novas formas de comunicação, tais como: a TV a cabo, via satélite, o videocassete, a TV de alta definição, o compact-disc etc. (FADUL, p.57, 1993).

O objetivo deste artigo, portanto, é estudar o ‘clima de opinião’, um dos pressupostos da Espiral do Silêncio, para refletir sobre a proposta da autora da Hipótese⁵. Esse apontamento se dará com base nas análises de Elisabeth Noelle-Neumann e demais autores do tema, feitas a partir de experiências que visavam provar a existência da Espiral.

A Comunicação de Massa ganhou força e se propagou, por meio do crescimento da indústria radiofônica, do cinema e da televisão, com o avanço dos estudos tecnológicos e maiores investimentos nestes meios de comunicação, preenchendo nosso cotidiano.

Graças a essa disseminação, promovida pelo acesso mais fácil aos meios de comunicação de massa e às informações que estes apresentam, um fenômeno tem ganhado cada vez mais força: a Opinião Pública⁶.

‘Opinião’, segundo Silveira Bueno, significa “*juízo; modo de pensar ou de ver; voto; parecer, conceito...*”. A palavra ‘pública’, segundo este mesmo dicionário, quer dizer “*Relativo ou pertencente a um povo ou ao povo; que serve para uso de todos; comum; povo em geral...*”. Juntando os dois conceitos, podemos dizer que Opinião Pública é, basicamente, a forma de pensar ou ver de um povo em geral. Mas, vale ressaltar que não existe um conceito formado para o termo.

Na verdade, o conceito de opinião pública vem se transformando através dos tempos. No século XIX ocorreu a primeira revolução industrial, surgiu a imprensa e as reivindicações deixaram de representar apenas os interesses de um grupo dominante, abrangendo caráter não só político, mas também social e econômico. O senso comum utiliza o termo opinião pública com naturalidade (grande parte de nossos representantes políticos assim agem), mas ao investigador interessa saber o que é opinião pública. A reflexão nos leva, automaticamente, a lembrarmos de grupo, de público, de atitude de maioria, de opinião, do indivíduo no grupo, no público. A professora Sarah Chucid da Viá refere-se à definição de Kimbal Young: “Opinião é conjunto de crenças a respeito de temas controvertidos ou

⁵ Elisabeth Noelle-Neumann.

⁶ Estudada pela Psicologia Social, um dos ramos da Ciência da Psicologia, que realiza pesquisas com base no comportamento dos seres humanos e em sua subjetividade.



relacionados com interpretação valorativa ou o significado moral de certos fatos” (DA VIÁ, 1983 apud FREITAS, 1994).

Devido à grande influência que exerce nos receptores da mensagem e, sendo fator relevante aos estudos comunicacionais, a Opinião Pública vem sendo explorada e pesquisada também pela Comunicação Social, que mantém pesquisas sobre “efeitos, origens e funcionamento dessa comunicação em seus aspectos tecnológicos, sociais, econômicos, políticos e cognitivos, englobando psicologia, filosofia e sociologia, dependendo do tipo de abordagem e dos objetivos da pesquisa” (ZERBETTO, 2008). Segundo Cervo e Bervian (2002), no âmbito do conhecimento, as teorias explicam as leis formuladas com base no resultado de estudos científicos – que buscam conhecer o fenômeno em questão e as causas de seu estudo – ajudando em sua interpretação. Cervo e Bervian disseram ainda que, em contrapartida, existe o estudo empírico, que se baseia no senso comum e em resultados obtidos durante tentativas de aplicação de Hipóteses. Está exatamente aí a diferença entre Teorias e Hipóteses: As teorias são embasadas, comprovadas ou rejeitadas, apenas com base no conhecimento, no estudo científico; já as Hipóteses são levadas à campo, à experimentação, encaminhadas ao teste.

A Teoria distingue-se da Hipótese, uma vez que a Hipótese é verificável experimentalmente, e a Teoria não. Todas as proposições da Teoria se integram no mundo do discurso (conhecimento), enquanto a Hipótese comprova sua validade, submetendo-se ao teste da experiência (CERVO E BERVIAN, 2002, p. 56).

Algumas pesquisas são consideradas ‘Hipóteses’, e não Teorias, devido às tentativas de comprovação por meio de testes práticos. É o caso da Espiral do Silêncio, que defende que os indivíduos assumem a opinião veiculada na mídia como sendo sua, por acreditarem ser a da maioria (NOELLE-NEUMANN, 1972); e da Agenda-Setting, que defende que a mídia tem o poder de nos agendar o tema que ela quiser, tornando-o tópico de nossas discussões interpessoais, fazendo com que o mesmo seja pauta de nossa agenda diária (MCCOMBS E SHAW, 1972).

Em nenhum dos dois estudos empíricos foram obtidas respostas satisfatórias durante suas aplicabilidades, pois houve considerável variedade de opiniões acerca dos resultados dos testes realizados. Esse é o motivo pelo qual não poderiam ser denominadas Teorias, visto que estas são fechadas, não se cabe complementação:



quando se obtêm várias perspectivas diferentes na realização das pesquisas, proporciona-se um leque de novas possibilidades a serem exploradas.

Elisabeth Noelle-Neumann não objetivava apenas testar sua hipótese; queria descobrir e entender o que levava os indivíduos a se deixarem induzir pela Opinião Pública. Alemã, especializada em demoscopia⁷, Noelle-Neumann iniciou seus estudos acerca da influência da mídia de massa na vida da sociedade em 1972, quando buscava entender “a *onipresença* da mídia como eficiente modificadora e formadora de opinião a respeito da realidade” (Hohlfeldt, 2001, p.221).⁸ Como resultado destas pesquisas, Noelle-Neumann propôs a Espiral do Silêncio, defendendo que uma opinião se fazia maioria porque a mídia a transmitia à população como tal. A situação não se invertia porque os indivíduos que compunham esta sociedade tinham medo de dar sua opinião e serem destratados, ignorados por aqueles que concordavam com a mídia, ou por quem fingia concordar pelo mesmo medo.

A formação das opiniões maioritárias é o resultado das relações entre os meios de comunicação de massa, a comunicação interpessoal e a percepção que cada indivíduo tem da sua própria opinião quando confrontada com a dos outros. Ou seja, a opinião é fruto de valores sociais, da informação veiculada pela comunicação social e também do que os outros pensam. (SANTOS, 1992 apud SOUSA, 1999).

A Hipótese foi chamada de Espiral do Silêncio exatamente porque, graças a esta influência da mídia sobre o posicionamento (ou a falta dele) dos indivíduos que consistem a Sociedade de Massa (diante dos fatos apresentados), a espiral cresce de acordo com o medo do isolamento que os componentes dessa sociedade sentem. Esse medo faz com que os indivíduos avaliem o clima de opinião e, a partir daí, determina o silêncio daqueles que têm opinião contrária à da maioria. Então, chama-se Espiral do Silêncio porque o silêncio vai envolvendo os indivíduos, crescendo juntamente com o medo que os aflige, como uma corrente: o medo cresce, o silêncio acontece e a espiral se propaga, atingindo um número cada vez maior de pessoas. Elisabeth Noelle-Neumann explica o título dado à sua pesquisa da seguinte maneira:

⁷ Trata-se de uma palavra composta: *demo* (povo) + *scopia* (traslado literal), o que significa pesquisar a opinião do público para torná-la conhecida. Dito de outra forma, a demoscopia é a “pesquisa de opinião pública sob organização científica” (Hohlfeldt, 2001, p.220),

⁸ O precursor da pesquisa sobre a influência da Comunicação e Massa no Brasil foi Gilberto Freire, através de seus estudos sobre a sociedade a partir dos meios de comunicação. Informação fornecida por Aylê-Salassié Figueiras Quintão em 7 de abril de 2008.



O resultado é um processo em Espiral que incita os indivíduos a perceber as mudanças de opinião pública e a segui-las até que uma opinião se estabelece como atitude prevalecente, enquanto as outras opiniões são rejeitadas ou evitadas por todos, à exceção dos duros de espírito. Propus o termo Espiral do Silêncio para descrever este mecanismo psicológico (NOELLE-NEUMANN, 1977 apud SOUSA, 1999).

Os meios de comunicação são capazes de fazer com que uma minoria pareça maioria. A justificativa de Noelle-Neumann para explicar o motivo pelo qual a sociedade permite que isto aconteça está contida em 4 pressupostos⁹, que são a base de suas pesquisas e a sustentação de sua Hipótese. Alguns autores os definem de maneira um pouco diferente, porém, com praticamente o mesmo conteúdo. Destaco dentre eles Hohlfeldt, Shamir e Price:

Antonio Hohlfeldt:

1. Sociedade ameaça os indivíduos desviados com o isolamento;
2. Os indivíduos experimentam um contínuo medo ao isolamento;
3. Este medo ao isolamento faz com que os indivíduos tentem avaliar continuamente o clima de opinião;
4. Os resultados dessa avaliação influem no comportamento em público, especialmente na expressão pública ou no ocultamento das opiniões.

(HOHLFELDT, 2001, p. 235)

Jacob Shamir:

1. Opinião da pessoa;
2. Percepção da Opinião Pública Dominante;
3. Porcentagem de concordância da pessoa sobre o posicionamento tomado pela opinião pública acerca do tema abordado;
4. Disposição em apoiar em público sua opinião com declarações verbais e ou outros sinais de comprometimento.

(SHAMIR, 1995, p. 25)

Allen Price:

1. O Buraco do medo ao isolamento como fator motivante em reprimir a expressão da opinião;

⁹ Allan Price os relaciona em apenas 3.



2. A argumentação da interpretação individual sobre a tendência do direcionamento que será dado ao assunto na opinião pública serve como uma importante pesquisa de orientação social;
3. A declaração de que a mídia de massa é influente na descrição que as pessoas fazem sobre a inclinação do clima de opinião.

(PRICE, 1990, p. 371)

Os três autores citam a tentativa de reconhecer previamente o direcionamento da opinião da maioria dominante, por parte de um indivíduo, como fator influente na formação da opinião pessoal ou em sua manifestação pública. Apontaram também o motivo pelo qual um integrante da Sociedade de Massa acredita ser necessário descobrir o clima de opinião para não se manifestar de maneira contrária: o medo de sofrer isolamento.

Abranger apenas o pressuposto do clima de opinião é falar, implicitamente, dos outros três que esta Hipótese propõe. O Clima de Opinião é o precursor, pois os demais se ligam e levam a ele. Segundo Hohlfeldt (2001), a avaliação desse clima se dá devido ao medo do isolamento; esse medo surge devido à pressão que a sociedade faz aos indivíduos desviados, ou seja, daqueles que têm opinião diferente da maioria, e, de acordo com a avaliação realizada, o indivíduo muda ou omite sua opinião.

A Espiral do Silêncio continua sendo estudada por outros pesquisadores, como o brasileiro Antônio Carlos Hohlfeldt (1948), o hierosolimita Jacob Shamir (1927), o americano John-Allen Price (1954).

Estes três autores citam o Clima de Opinião quando definem quais os pressupostos levantados por Noelle-Neumann durante as pesquisas acerca da Espiral do Silêncio. De acordo com Shamir, 1995, as pesquisas de Noelle-Neumann, realizadas em meados de 1984, permitiram à autora observar que as pessoas utilizam dois caminhos para perceber o clima de opinião. O primeiro deles é a pesquisa interpessoal, na qual o indivíduo se baseia nas respostas dadas em conversas, em opiniões manifestadas aleatoriamente. O segundo trata-se da Mídia de Massa.

A pesquisa interpessoal se baseia na troca de informações. Para perceber o posicionamento da maioria, o indivíduo conversa, questionando e argumentando, com os integrantes de seu convívio social diário. Absorvendo informações, ele deveria formar a própria opinião. Mas, o que Noelle-Neumann acredita ocorrer, é que o indivíduo tome a opinião da maioria para si, assumindo-a como sua, não por concordar



com a maioria, mas por sentir medo de que, tendo opinião contrária, seja punido com o isolamento.

A mídia de massa veicula informações em série. Por se tratarem de veículos de grande circulação, passam a impressão de que apresentam a opinião da maioria.

O apontamento de Shamir ressalta o quanto o conteúdo midiático e o meio social no qual o indivíduo está inserido são influentes na formação ou manifestação da opinião. A pesquisa interpessoal seria eficaz se os integrantes da sociedade formassem suas opiniões com base em estudos acerca dos temas em discussão, aliados às suas experiências pessoais. Mas, se torna duplamente influente porque, de maneira individual, todos são atingidos pela mídia de massa, transmitindo aos demais a falsa Opinião Pública, reforçando os apelos midiáticos.

Conclusão

A proposta de Noelle-Neumann está contida na adesão impensada dos indivíduos à Opinião Pública, porque assim, estes se tornam completamente influenciáveis.

Conforme dito anteriormente, a Espiral do silêncio acredita que os indivíduos se deixam influenciar pela Opinião Pública por medo de serem isolados, discriminados. O acesso à essa ‘opinião da maioria’ acontece, principalmente, por intermédio dos conteúdos midiáticos. Esta manipulação pode ser muito mais real e estar mais próxima do que imaginamos. Por esta razão se faz necessário estudar o impacto da comunicação de massa na vida dos indivíduos que compõem a sociedade moderna, na qual estamos inseridos.

Nossas opiniões são feitas a partir de discussões, debates e conversas. Com base nos conteúdos veiculados, um indivíduo tem condições de avaliar o direcionamento das opiniões daqueles que participam direta (pais, amigos, vizinhos) ou indiretamente (telejornais, programas de debate televisivos) do seu ciclo social, sabendo qual resposta dar no momento em que for questionado, para não criar atritos com os demais integrantes da sociedade de massa, especialmente com os que podem isolá-lo, como forma de punição por pensar de maneira divergente.

Muitas vezes, a ingenuidade nos leva ao equívoco de tomar a opinião de uma maioria como sendo nossa sem concordar com a mesma.



As informações veiculadas na mídia podem ser verdadeiras. Logo, o perigo está em acreditar em tudo o que ela divulga. Levar em consideração a opinião de outrem é importante para a formação de uma idéia própria, que contenha embasamento. A conduta de ouvir e refletir o que a sociedade prega a respeito dos assuntos em pauta é a maneira mais simples de adquirir personalidade, capaz de gerar a criação de conceitos particulares sobre os assuntos discutidos no dia a dia.

O conhecimento é a única arma da qual se pode fazer uso em uma discussão. A manifestação da opinião nada mais é do que o uso de conhecimentos adquiridos agregado às particularidades dos indivíduos. Assim sendo, assumir a opinião da maioria por medo de ser isolado é abrir mão da própria personalidade e dar à mídia a possibilidade de nos fazer acreditar no que ela quiser.

Referências

BUENO, Francisco da Silveira. **Minidicionário da língua portuguesa**. São Paulo. Editora FTD. 1996.

CERVO, Amado Luiz; BERVIAN, Pedro Alcino. **Metodologia Científica**. São Paulo. Editora Prentice Hall. 2002.

ZERBETTO, Dalton Vinicius Zangelmi. **Hermes Comunicatio: Interdisciplinaridade da Comunicação e a Comunicação como ciência**. Disponível em:
<<http://hermescomunicatio.blogspot.com/2008/02/interdisciplinaridade-da-comunicacao-e.html>>. Acesso em: 15 mai. 2008.

FADUL, Anamaria. **Indústria Cultural e Comunicação de Massa**. Disponível em:
<http://www.crmariocovas.sp.gov.br/pdf/c_ideias_17_053_a_059.pdf>. Acesso em: 15 mai. 2008.

FREITAS, Sidinéia Gomes. **Formação e desenvolvimento da Opinião Pública**. Disponível em: <<http://www.portal-rp.com.br/bibliotecavirtual/opiniaopublica/0017.htm>>. Acesso em: 19 mai. 2008.

HOLFELDT, Antônio; MARTINO, Luiz C.; FRANÇA, Vera Veiga. **Teorias da Comunicação: Hipóteses contemporâneas de Pesquisa em Comunicação**. Petrópolis, Rio de Janeiro. Editora Vozes. 2001.



SHAMIR, Jacob. **Information Cues and Indicators of the Climate of Opinion: The spiral of silence Theory in the Intifada. Communication Research**. Vol. 22. N° 1. Fev. 1995.

SOUSA, Jorge Pedro. **A notícia e seus efeitos: as “teorias” do jornalismo e dos efeitos sociais dos media jornalísticos**. Disponível em:

<<http://bocc.ubi.pt/pag/texto.php?html2=sousa-pedro-jorge-noticias-efeitos.html>>. Acesso em: 22 abr. 2008.

VALADARES, Carolina. **UNBnotícias, ano 11, número 82**. Disponível em:

<<http://www.secom.unb.br/unbnoticias/un0108/unb82w.pdf>>. Acesso em: 19 mai. 2008.

WS Editor. Disponível em:

<<http://www.wseditor.com.br/index.php?do=Wm14aGRtOXIKVE5FZG1WeVFYVjBiM0lsTWpacFpDVXpSRE13TkZkWFYTT1aeDc3OA==>>. Acesso em: 19 mai. 2008.

YOUNES, Nathalia. **O que é comunicação de massa**. Disponível em:

<http://www.jornaldedebates.ig.com.br/index.aspx?cnt_id=15&art_id=11182>. Acesso em: 15 mai. 2008.

This document was created with Win2PDF available at <http://www.win2pdf.com>.
The unregistered version of Win2PDF is for evaluation or non-commercial use only.
This page will not be added after purchasing Win2PDF.