



*Agenda Setting versus Espiral do Silêncio*¹

Beatriz de Oliveira Silveira²
Rosana Nantes Pavarino³
Universidade Católica de Brasília

Resumo

As Hipóteses Contemporâneas de Comunicação da *Agenda Setting* e Espiral do Silêncio têm como objeto de estudo a influência dos Meios de Comunicação sobre os indivíduos da Sociedade de Massa, não sendo esta a única semelhança entre as duas hipóteses que, por outro lado, possuem diferenças significativas. Este trabalho apresenta o que são as duas hipóteses e as compara, salientando suas semelhanças e diferenças, com o objetivo de refletir sobre a possibilidade de a Espiral do Silêncio ser apenas um desdobramento da *Agenda Setting*.

Palavras-chave

Agenda Setting; Espiral do Silêncio; Hipóteses Comunicacionais; Teorias da Comunicação.

Dentre os campos de estudo da ciência da comunicação, os que se referem à comunicação de massa⁴ têm destaque, pois, impulsionados pelo avanço dos meios de comunicação, estudam o comportamento humano diante da utilização desses meios no convívio em sociedade. Estes estudos deram origem às Teorias da Comunicação de Massa, das quais se destacaram:

¹ Trabalho apresentado ao Intercom Junior, na Divisão Temática de Jornalismo, do XI Congresso de Ciências da Comunicação na Região Centro-Oeste.

² Estudante de Graduação, 8º semestre do Curso de Publicidade e Propaganda da Universidade Católica de Brasília - UCB. Autora de “Clima de Opinião: um pressuposto da Espiral do Silêncio”, publicado 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, 2008, e de “O processo de produção da notícia: a hipótese do *newsmaking*”, publicado na Divisão de jornalismo do XI Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste, 2009. email: beatriz.silveira7@gmail.com

³ Graduada em Comunicação Social pela Universidade de Brasília (1993) e Mestre em Comunicação pela Universidade de Brasília (Título: “Teoria das Representações Sociais: pertinência para pesquisas em comunicação de massa”, 2003). Orientadora deste trabalho. Professora do Curso de Comunicação Social da Universidade Católica de Brasília – UCB. email: rosana.pavarino@gmail.com

⁴ 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 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).



1) Teoria Hipodérmica, também conhecida como *bullet theory*. É aqui que se intensifica a idéia de que existe uma Sociedade de Massa⁵. Harold Lasswell desenvolveu os estudos dessa teoria no período entre as duas grandes Guerras Mundiais, sob grande influência do behaviorismo⁶. A Teoria Hipodérmica defende que o receptor da mensagem é totalmente passivo a ela, ou seja, faz o que a mídia de massa determina que seja feito, desconsiderando qualquer possibilidade diferente de interpretação. Por exemplo, no comercial do chocolate Baton, da marca Garotto, onde dizia-se “compre baton... compre baton”, os consumidores desta sociedade saíam de casa e efetuavam a compra.

A teoria hipodérmica – *bullet theory* – sustentava, portanto, uma conexão direta entre a exposição às mensagens e o comportamento: se uma pessoa é atingida pela propaganda, pode ser controlada, manipulada, induzida a agir. (WOLF, 2008, p.11, grifo do autor)

2) Abordagem Empírico-Experimental ou “da Persuasão”. Carl Hovland apresentou estudos sobre esta teoria no período da segunda Guerra Mundial. A Teoria da Persuasão defende que, quando uma mensagem é emitida indo ao encontro dos conceitos do receptor, ela pode levá-lo à ação desejada, considerando que existe um processo de interpretação pessoal que interfere na decisão do indivíduo e que, por este motivo, a mensagem tem que se adequar ao seu público.

Todos os estudos sobre a forma mais adequada da mensagem para fins de persuasão ressaltam que a eficácia da estrutura das mensagens muda conforme a variação de algumas características dos destinatários, e que os efeitos das comunicações de massa dependem essencialmente das interações que se instauram entre esses fatores. (WOLF, 2008, p. 31)

3) Abordagem Empírica em Campo ou “dos efeitos limitados”. Aqui nasce o conceito dos líderes de opinião⁷. Paul Lazarsfeld e Elihu Katz desenvolveram os estudos acerca dos efeitos limitados no período pós-Guerra (década de 50). A Teoria se baseia na idéia de que a mídia, por si, não induz à ação, pois, quando uma mensagem é transmitida, ela é filtrada pelos líderes de opinião, que influenciam os demais membros de seus

⁵ Sociedade envolvida pela Comunicação de Massa.

⁶ “O termo Behaviorismo foi utilizado inicialmente em 1913 em um artigo denominado “Psicologia: como os behavioristas a vêem” por John B. Watson. “Behavior” significa “comportamento” e ele definiu como: “Um ramo experimental e puramente objetivo da ciência natural. A sua meta é a previsão e controle do comportamento...”. Watson postulava o comportamento como objeto da Psicologia.” (UNIVERSO)

⁷ “indivíduos que possuem a capacidade de influir nos seus pares uma reação mais efetiva ao seu discurso, do que o conseguem fazer as mensagens propagadas pelos meios de comunicação de massas.” (LAZARFELD, BERELSON e GAUDET, 1948, apud MORGADO, 2005).



convívios. Logo, a mídia, para atingir a massa, deveria envolver, primeiro, os líderes de opinião.

O problema fundamental é ainda o dos efeitos da mídia, mas não mais nos mesmos termos das teorias precedentes. [...] esta teoria fala de influência, e não apenas da exercida pela mídia, mas da mais geral, que “flui” nos relacionamentos comunitários, da qual a influência das comunicações de massa é apenas um dos componentes, uma parte. (WOLF, 2008, p. 32)

4) Teoria Funcionalista das Comunicações de Massa. Elihu Katz, na década de 40, apresenta pesquisas que deixam de estudar os efeitos da comunicação de massa sobre os indivíduos para analisar os caminhos que a mídia percorre para atingir as funções desenvolvidas pela comunicação de massa.

O deslocamento conceitual coincide com o abandono da idéia de um efeito intencional, de um objetivo subjetivamente perseguido do ato de comunicação, para concentrar, por sua vez, a atenção nas *consequências objetivamente verificáveis* da ação da mídia sobre a sociedade em seu todo ou sobre os seus subsistemas. (WOLF, 2008, p.50, grifo do autor)

5) Teoria Crítica. Theodor Adorno e Max Horkheimer, membros da Escola de Frankfurt, desenvolveram este estudo no período entre as décadas de 40 e 50. Essa teoria se posiciona contra a indústria cultural⁸, sob alegação de que os indivíduos aceitam os valores que lhes são impostos, sem pensar, criticando a prática social que estabelece possibilidades de consumo como orientação intelectual e cultural.

Os fins específicos da teoria crítica são a organização da vida em que o destino dos indivíduos dependa não mais do acaso e da cega necessidade de relações econômicas incontroladas, mas da realização programada das possibilidades humanas (MARCUSE, 1936, p. 29, apud RUSCONI, 1968; WOLF, 2008, p.75, grifo do autor)

6) Teoria Culturológica. Edgar Morin desenvolveu os estudos acerca desta teoria na década de 60. Após o impacto da comunicação de massa, essa teoria visa estudar e identificar a nova forma de cultura da sociedade.

[...] sua característica fundamental é estudar a cultura de massa, determinando seus elementos antropológicos mais relevantes e a relação que nela se instaura entre o consumidor e o objeto de consumo. (WOLF, 2008, p. 94)

⁸ Substituí o termo cultura de massa “para eliminar desde o início a interpretação habitual, ou seja, de que se trata de uma cultura que nasce espontaneamente das próprias massas, de uma forma contemporânea de arte popular.” (ADORNO, 1967, p. 5 apud WOLF, 2008, p. 75).



Além das Teorias da Comunicação de Massa desenvolveram-se as chamadas Hipóteses Contemporâneas de Pesquisa em Comunicação. Teorias e hipóteses diferenciam-se, segundo HOHLFELDT, porque:

Uma *teoria* [...] é um paradigma fechado, um modo *acabado* e, neste sentido, infenso a complementações ou conjugações, pela qual *traduzimos* uma determinada realidade segundo um certo *modelo*. Uma *hipótese*, ao contrário, é um sistema aberto, sempre inacabado, adverso ao conceito de *erro* característico de uma teoria. [...] uma hipótese é sempre uma experiência, um caminho a ser comprovado e que, se eventualmente *não der certo*, naquela situação específica, não invalida necessariamente a perspectiva teórica. (2001, p.189, grifo do autor)

Dentre as Hipóteses Contemporâneas de Pesquisa em Comunicação, destacam-se a *Agenda Setting* e a Espiral do Silêncio, objetos de estudo deste artigo.

O objetivo deste trabalho é apresentar as possibilidades de influência dos meios de comunicação de massa na vida de um indivíduo, bem como de refletir sobre a importância de não se permitir influenciar (ingenuidade) e não tomar decisões sem prévia avaliação (preconceito), seja em relação à aquisição de um serviço ou à acatamento de uma opinião. Visa também analisar se a Hipótese da Espiral do Silêncio poderia ser um desdobramento da Hipótese da *Agenda Setting*, como levanta HOHLFELDT (2001, p. 240).⁹ Essa exposição se dará através da apresentação dos conceitos, pressupostos, semelhanças e diferenças das duas hipóteses.

Agenda Setting

Na década de 60 os norte-americanos Maxwell McCombs e Donald Shaw estudaram a campanha eleitoral para a presidência dos Estados Unidos a partir da análise dos conteúdos de Meios de Comunicação de Massa (jornais, revistas e canais televisivos). O resultado deste estudo não sanou todas as dúvidas dos dois pesquisadores. Para resolver a situação, na ocasião das eleições presidenciais norte-americanas do ano de 1972, McCombs e Shaw se uniram novamente, a fim de estabelecer alguns pontos da Hipótese levantada em 1968.

Segundo HOHLFELDT (2001), neste segundo estudo foi possível observar que:

- a) indivíduos que compunham uma mesma audiência desenvolveram mesma opinião sobre os candidatos;

⁹ “Seja como for, não apenas como desdobramento ou aplicação do *agenda setting*, a hipótese da *espiral do silêncio* é um campo de pesquisa que nos deve alertar para o fato de que todos os que trabalham com comunicação não podemos ser nem preconceituosos nem ingênuos [...]”



- b) as agendas pessoais são formadas não somente pela influência dos Meios de Comunicação de Massa, mas também por intermédio dos líderes de opinião¹⁰;
- c) a agenda dos Meios de Comunicação de Massa e a dos indivíduos são correlacionadas e não há influência apenas do primeiro para o segundo;
- d) o agendamento depende da importância que o indivíduo dá ao tema em questão;
- e) à medida em que a campanha eleitoral se desenvolve, maior é a busca de informações por parte dos eleitores.

Por se tratar de uma Hipótese, vários estudos foram realizados acerca da *Agenda Setting* e alguns conceitos foram desenvolvidos. Para SOUSA (1999) agendamento destaca “que os meios de comunicação têm a capacidade não intencional de agendar temas que são novidade”. Para WOLF (2008), “o efeito de que se trata diz respeito ao conjunto estruturado de conhecimentos assimilados pela mídia. PAVARINO define da seguinte maneira:

A hipótese da *Agenda Setting* propõe que aquilo que é comentado, discutido, pensado na esfera social deve-se, em grande parte, aos *mass media*. São eles o principal elo entre os fatos e a opinião pública, entre o real, o compreendido e imaginado; são aqueles que diriam ao público, portanto, “*what to think about*” e “*how to think about it*” (KOSLICKI, 1993:104). São os meios de comunicação de massa, principalmente o rádio, jornais e televisão, que direcionaram a opinião pública, dando um certo sentido à realidade social. Este direcionamento teria, a princípio, muito mais o caráter informativo do que persuasivo. (2003, p. 84, grifo da autora)

Ou seja, a Hipótese da *Agenda Setting* sugere que os assuntos que são discutidos diariamente entre os indivíduos foram, anteriormente, apresentados pelos Meios de Comunicação de Massa. E que, caso um assunto tenha sido discutido de maneira insistente por parte da sociedade, este pode vir a se tornar pauta dos mesmos meios que outrora influenciaram as discussões e debates interpessoais.

A Hipótese da *Agenda Setting* possui, segundo WOLF (2008), cinco pressupostos, chamados “parâmetros temporais”:

1. período entre o levantamento do efeito da agenda pessoal e da agenda da mídia;

¹⁰ “São aqueles que, famosos ou anônimos, ditam o padrão oficial de pensamento coletivo. São pessoas que acabam influenciando numa padronização do senso crítico, sem receio de sucumbir a clichês, e não raro não possuem uma interpretação coerente e ampla da realidade.”(ASSOCIAÇÃO PRESERVE O RÁDIO AM)



2. período entre o levantamento da variável independente (agenda da mídia) e o da dependente (a agenda pessoal);
3. período total de cobertura informativa durante o qual se reúne a agenda, por meio de análise de conteúdo;
4. período durante o qual é levantado o conhecimento público a respeito dos argumentos mais significativos;
5. período entre a ênfase dos temas por parte da mídia e sua importância para o público.

HOHLFELDT (2001), posiciona 10 pressupostos acerca da Hipótese:

1. Acumulação: capacidade que a mídia tem de fazer com que um assunto ganhe relevância maior aos olhos dos indivíduos que fazem parte da sociedade de massa;
2. Consonância: fato de que, por mais diferentes que sejam os meios de comunicação e seus veículos, por maior particularidade que tenham na forma de produzir e divulgar notícia, alguns princípios sempre serão comuns a todos eles;
3. Onipresença: capacidade que a notícia tem de ultrapassar o espaço predestinado a ela e adentrar outras editorias;
4. Relevância: capacidade de a notícia ser divulgada por diferentes meios de comunicação e veículos, quer com enfoque diferente, quer não;
5. *Frame* temporal: conjunto de informações que o indivíduo forma em determinado período de tempo a partir dos dados das agendas das mídias e de sua agenda pessoal;
6. *Time-lag*: é o período de influência, ou seja, o espaço entre o levantamento da agenda da mídia e a formação da nova concepção do indivíduo acerca do assunto;
7. Centralidade: capacidade de os meios fazerem de uma única notícia assunto central de suas agendas e das discussões interpessoais dos indivíduos que compõem a sociedade de massa;
8. Tematização: capacidade de uma notícia ser detalhada, apresentada com riqueza de informações a fim de prender a atenção dos indivíduos;
9. Saliência: valorização que um indivíduo dá ao assunto veiculado;



10. Focalização: cuidados que os meios de comunicação têm com a linguagem, tipografia, contextualização etc. ao apresentar uma notícia.

MCLeod-Becker-Byrnes (1974) distinguiu três tipos de saliência. A primeira delas é a agenda pessoal, ou seja, os temas que o indivíduo considera que sejam os mais importantes no cotidiano. A segunda é a agenda interpessoal, formada através do compartilhamento de agendas pessoais, configurada pela quantidade de indivíduos que dão maior relevância a um mesmo tema. A terceira diz respeito à percepção da opinião pública por parte de um indivíduo, ou seja, sua capacidade de perceber a importância que os demais membros da sociedade dão a determinado tema.

A *Agenda Setting* resulta da busca por informações por parte dos indivíduos que têm acesso aos meios de comunicação de massa. Também conhecida como Teoria dos efeitos a curto prazo, a Hipótese propõe um rompimento com a concepção de que os Meios de Comunicação não agem diretamente sobre os indivíduos da Sociedade de Massa.

Espiral do Silêncio

A Espiral do Silêncio consiste em um estudo sobre a capacidade que a Opinião Pública tem de fazer com que um indivíduo mude, minta ou omita sua opinião, acerca dos assuntos tratados pelos meios de comunicação de massa. Em outras palavras, trata-se da tentativa de mostrar o efeito da Comunicação de Massa sobre o comportamento dos seres humanos.

A primeira pesquisadora sobre o tema foi a alemã Elisabeth Noelle-Neumann. Segundo HOHLFELDT (2001) a autora, já em 1972, “começava a chamar atenção para o poder que a mídia possuía, muito especialmente a televisão, para influir sobre o conteúdo do pensamento dos receptores”.

O nome da Hipótese se baseia no silêncio crescente por parte da população a cada vez que um indivíduo se sente ameaçada pela Opinião Pública.

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 indivíduos dessa sociedade sentem. Esse medo faz com que os indivíduos avaliem o clima de opinião e, a partir daí, determina o silêncio dos 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. (SILVEIRA, 2008, grifo da autora)

A autora explica o título de suas pesquisas da seguinte maneira:

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 e espírito. Propus o termo Espiral do Silêncio para descrever este mecanismo psicológico (NOELLE-NEUMANN, 1977 apud SOUSA, 1999).

Noelle-Neumann estabeleceu quatro pressupostos para a Hipótese da Espiral do Silêncio, a fim de explicar o motivo pelo qual seria possível que os meios de comunicação de massa fizessem com que uma minoria parecer maioria (e vice-versa).

HOHLFELDT (2001) os define da seguinte maneira:

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.

Segundo SILVEIRA (2008), para SHAMIR (1995), os pressupostos da Espiral do Silêncio se baseiam na opinião do indivíduo, na percepção que este tem da Opinião Pública, no percentual de aceitação da Opinião Pública por parte da sociedade de massa e, por fim, na disposição que um indivíduo tem que ter para defender sua opinião em público.

Tecnicamente, os quatro pressupostos acontecem em sequência. Primeiro o indivíduo forma a própria opinião. Em seguida, ele toma conhecimento da Opinião Pública sobre o assunto. A partir daí, tenta descobrir em qual das possibilidades oferecidas pelo tema a maioria dos membros da sociedade está acreditando. Se sua opinião concordar com a dessa maioria, ele não terá problemas em assumi-la em público. Caso não, pode ser que se inicie a Espiral do Silêncio, porque o indivíduo terá o direito de admitir sua opinião, mas o medo do isolamento pode fazer com que ele minta ou a omita.

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. (SILVEIRA, 2008, p.6)

Os meios de Comunicação de Massa, por terem papel social significativo, transmitem a sensação de que divulgam a opinião da maioria. As notícias que veiculam, o meio social no qual se está inserido e a troca de informações em relações interpessoais são fundamentais na formação da opinião de um indivíduo. A confiança de que sua opinião converge com a da maioria, dá ele a liberdade necessária para compartilhá-la em sociedade. A possibilidade de que sua opinião seja divergente à da maioria faz com que ele se cale para não ser isolado, ou, faz com que ele minta, assumindo a opinião da maioria, pelo mesmo temor ao isolamento.

A Hipótese da Espiral do Silêncio contesta a Teoria dos efeitos limitados, defendendo a inexistência da exposição seletiva.

Agenda Setting versus Espiral do Silêncio: breve comparação

- Semelhanças

- São Hipóteses Comunicacionais Contemporâneas propostas na década de 70;
- Baseiam seus estudos na capacidade de influência dos meios de comunicação para com as atitudes e formas de pensar dos indivíduos pertencentes à Sociedade de Massa;
- Ambas acreditam que a influência dos Meios de Comunicação de Massa provoca o surgimento de uma opinião unificada dos indivíduos acerca do assunto em questão;
- As hipóteses defendem que a opinião de um indivíduo não é formada apenas pela influência dos Meios de Comunicação de Massa, mas também através das relações interpessoais;
- Ambas acreditam na existência dos Líderes de Opinião;
- A Agenda perceptiva, ou seja, a percepção da Opinião Pública por parte de um indivíduo, vai ao encontro do pressuposto do clima de opinião da Espiral do Silêncio. Ou seja, ambas defendem o fato de o indivíduo tentar descobrir qual a opinião da maioria sobre o assunto em questão.



- Diferenças

- A *Agenda Setting* trata sobre a prática de discussões dos indivíduos a partir de temas propostos pelos Meios de Comunicação de Massa, enquanto Espiral do Silêncio fala sobre o fato de que o indivíduo se cala por não concordar com o que a Mídia noticia (informações que ele subentende transmitirem a Opinião Pública);
- A *Agenda Setting* defende que os assuntos que geram discussões interpessoais podem virar pauta dos Meios de Comunicação de Massa, ou seja, que a mídia influencia o indivíduo, mas também é influenciada por ele. Já a Espiral do Silêncio acredita que esta influência é uma “pista de mão única”, onde apenas o indivíduo é influenciado;
- A *Agenda Setting* defende que indivíduos de mesma audiência tendem a manifestar mesma opinião sobre os fatos. A Espiral do Silêncio acredita que isso ocorre quando indivíduos possuem um mesmo Líder de Opinião;
- A *Agenda Setting* admite a discussão, o debate de idéias diferentes entre os indivíduos da Sociedade de Massa. A Espiral do Silêncio recusa a idéia, defendendo que os indivíduos que pensam de maneira divergente à da maioria, por medo de sofrer isolamento, não discutem. Logo, a Sociedade de Massa debate apenas em concordâncias, ou seja, compartilha perspectivas diferentes para uma mesma opinião. A *Agenda Setting* defende que, quanto maior é a discussão sobre um tema, maior é a busca de informações dos indivíduos sobre ele. A Espiral do Silêncio não cogita essa procura. Se um indivíduo pensa de maneira divergente ele simplesmente se cala ou se rende à opinião da maioria;
- Os pressupostos da *Agenda Setting* estão baseados no espaço de tempo em que a influência ocorre (parâmetros temporais). Os da Espiral do Silêncio dizem respeito às atitudes que um indivíduo pratica quando esta influência se estabelece;
- A *Agenda Setting* propõe três desdobramentos da hipótese: Agenda pessoal, Agenda interpessoal e Agenda perceptiva. A Espiral do Silêncio é uma só, sem divisões ou níveis de influência;
- A *Agenda Setting* acredita na exposição seletiva, ou seja, a notícia só influencia um indivíduo quando o tema em questão, por algum motivo, lhe é relevante. A



Espiral do Silêncio defende que todos recebem a notícia da mesma forma, vindo a pensar de maneira diferente por suas convicções e valores individuais.

Conclusão

As Teorias da Comunicação, bem como as Hipóteses Comunicacionais, foram desenvolvidas para entender como se dá o processo de influência dos meios de comunicação de Massa na sociedade. Nenhuma das pesquisas apresentadas (Teorias Hipodérmica, da Persuasão, dos Efeitos Limitados, Funcionalista, Crítica e Culturoológica e as Hipóteses *Agenda Setting* e Espiral do Silêncio) foi aceita por completo ou teve considerável aprovação de suas idéias, mas cada uma delas levantou pontos que mostram que essa influência existe. Saber que ela existe e tentar compreender como ela pode ocorrer é fundamental para não ser “fantoche” dos Meios de Comunicação de Massa.

A *Agenda Setting* acusa a mídia de nos determinar sobre o que falar, mas, em contrapartida, defende que existe a liberdade de expressão, da exposição de idéias individuais sem que isso gere problemas de relacionamento na sociedade. Já a Espiral do Silêncio levanta a discussão sobre a possibilidade de esta influência ser tão profunda e amedrontar a sociedade de tal forma, que um indivíduo se sente reprimido, impossibilitado de manifestação de suas próprias opiniões. Talvez aí esteja a importância de conhecer os possíveis níveis de influência dos Meios de Comunicação de Massa. A partir do momento em que o indivíduo percebe como pode ser influenciado passa a avaliar melhor suas atitudes, deixando de agir segundo os moldes estabelecidos pelos Meios de Comunicação de Massa, o que, fatalmente, diminui esta influência.

Apesar de as Hipóteses Contemporâneas de Comunicação da *Agenda Setting* e da Espiral do Silêncio terem pontos importantes em comum, são bem diferentes uma da outra. Isso não se dá apenas pelo fato de existir um maior número de diferenças do que semelhanças listados acima, mas porque os pontos salientados mostram que, apesar de os objetos de estudo serem os mesmos (a Sociedade de Massa, os conteúdos e métodos dos Meios de Comunicação de Massa, as influências sofridas por um indivíduos por parte dos líderes de opinião e dos meios de comunicação), seus pontos fundamentais de apoio, pressupostos e finalidades são distintos. A *Agenda Setting* busca entender como os temas abordados na mídia são inseridos no cotidiano dos membros da Sociedade de Massa. A Espiral do Silêncio deseja mostrar que o indivíduo que discorda da opinião da



maioria é incapaz de manifestar sua opinião, porque sente medo de ser condenado ao isolamento. As duas Hipóteses são semelhantes, mas talvez, devido a diferenças tão marcantes, não seja cabível afirmar que a Espiral do Silêncio é apenas um desdobramento da *Agenda Setting*.

Referências

Associação Preserve o rádio AM. Disponível em:

<http://br.geocities.com/preserveoam/lideres_opiniao.htm>. Acesso em 23 abr. 2009.

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

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: 12 mar. 2009.

FIGUEIREDO, José Carlos; GIAGRANDE, Vera. **Comunicação sem fronteiras: da Pré-História à era da informação**. São Paulo. Editora Gente. 1999.

HOLFELDT, Antônio; MARTINO, Luiz C.; FRANÇA, Vera Veiga. **Teorias da**

Comunicação: Hipóteses contemporâneas de Pesquisa em Comunicação. Petrópolis, Rio de Janeiro. Editora Vozes. 2001.

MORGADO, Isabel Salema. **A pressão política sobre os líderes de opinião – A luta pela soberania do tempo**. Disponível em:

<http://www.labcom.ubi.pt/agoranet/06/morgado_pressaopolitica lideresopiniao.pdf>. Acesso em 16 mar. 2009.

PAVARINO, Rosana Nantes. **A relevância das representações sociais para as pesquisas em comunicação de massa**. Brasília 2003. 111 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Universidade de Brasília.

SHAMIR, Jacob. **Information Cues and Indicators of the Climate of Opinion: The spiral of silence Theory in the Intifada**. *Communication Research*. Vol. 22. Nº 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.



Universo. Disponível em:

<http://www.euniverso.com.br/Psyche/Psicologia/comportamental/behaviorismo.htm>. Acesso em 30 abr. 2009.

WOLF, Mauro. **Teorias das comunicações de massa.** São Paulo. Editora Martins Fontes. 2008.