

É crescente o uso de pesquisas eleitorais no Brasil para aferição do voto, o eleitor se acostumou a falar em pesquisa e acompanhar seus resultados na mídia. Revelou-se, então, publicamente a importância das pesquisas como grande aliada no trabalho de aproximação com os eleitores. A partir disso busca-se determinar até onde a publicação de pesquisas pode influenciar o eleitor na definição do voto. Tem-se trabalhado com os resultados obtidos nas pesquisas e essas passam a ser melhor absorvidas pela população. Nesse contexto salientamos possíveis influências geradas pela divulgação das pesquisas no resultado de uma eleição. Esse controverso problema da provável contribuição exercida pelas pesquisas nas decisões de voto refere-se junto aos indecisos, no que diz respeito à grande parte não apostar em candidatos perdedores.

Para vários autores a publicação de pesquisas pode influenciar o comportamento eleitoral, uma vez que o eleitor pode adotar a espiral do silêncio, fazendo com que esse deixe de declarar seu voto. Em seu estudo, a pesquisadora Noelle-Neumann percebeu a participação constante da mídia como modificadora da opinião pública. A pesquisa indicou que as pessoas são influenciadas não apenas pelo que as outras dizem, mas pelo que as pessoas imaginam que os outros podem dizer, se um indivíduo imagina que sua opinião poderia estar em minoria, essa pessoa estaria menos propensa a expressá-la e pode mudá-la. Desenvolveu o conceito da espiral do silêncio, que baseia-se no fato de que, ao perceberem ou imaginarem que as pessoas pensam diferentes delas, as pessoas acabam, inicialmente, por se calarem e a adaptam suas opiniões a daqueles que elas imaginam serem a maioria. A influência que este clima de opinião exerce, a respeito do que eles imaginam ser o pensamento geral, realiza-se num movimento constante e ascensional, denominado de Espiral do Silêncio.