



UNIVERSIDADE FEDERAL DO ESPÍRITO SANTO
CENTRO DE ARTES
DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL

Plano de Ensino			
Universidade Federal do Espírito Santo		Campus Goiabeiras	
Curso: Jornalismo/Publicidade e Propaganda			
Departamento Responsável: Comunicação Social			
Data de Aprovação (Art. nº91):			
Docente Responsável: Bajonas Teixeira de Brito Junior			
Qualificação / link para o Currículo Lattes: http://lattes.cnpq.br/7184392254746354			
Disciplina: TEORIAS DA OPINIÃO PÚBLICA			Código: COS04839
Pré-requisito:			Carga Horária Semestral: 60h
Créditos 3	Distribuição da Carga Horária Semestral		
	Teórica	Exercício	Laboratório
	60	0	0
Ementa: A compreensão da opinião pública e suas relações com a esfera pública. A opinião pública como técnica e estratégia de influência política. Os institutos de opinião pública e a produção da opinião pública. A emergência de novas formas de opinião e as redes sociais. A produção técnica da opinião pública: publicidade, estilos de vida, bolhas, robôs e ciborgues.			
Objetivos: Ao término da disciplina o aluno deverá ser capaz de: <ul style="list-style-type: none">• Compreender as referências teóricas que fundamentam o conceito de opinião pública;• Compreender os processos de constituição da opinião pública na sociedade contemporânea e seu desenvolvimento histórico, mediante as correlações existentes entre a formação da opinião pública e o campo da comunicação;• Situar-se na crise das formas tradicionais de opinião pública sob o domínio do digital e das redes.			

Conteúdo Programático:

UNIDADE I – Formação da opinião pública; o campo da comunicação e sua conexão com outros campos sociais; ideias fundamentais que constituem o conceito de opinião pública.

UNIDADE II – A cultura dos institutos de pesquisa e das sondagens de opinião; métodos e processos de aferição da opinião pública: noções gerais sobre pesquisa qualitativa, pesquisa quantitativa e métodos de aplicação e interpretação de pesquisas; opinião e mercado.

UNIDADE III – Meios de comunicação e a construção social da realidade: as mídias interativas e o fim da mensagem unidimensional. O impacto das redes sobre a formação da opinião pública. A democracia digital e emergência de novas questões no domínio da formação da opinião.

Metodologia:

Aulas expositivas/dialogadas; leituras orientadas; discussões dirigidas; Seminários e trabalhos escritos.

Critérios/Processo de avaliação da aprendizagem:

A avaliação se dará com base na produção discente e do envolvimento nas aulas:

1. Trabalhos apresentados. (10 trabalhos contando 1 ponto cada)
2. Apresentação de seminário (1 seminário contando 10 pontos)
3. Nota de presença. Os trabalhos serão realizados e enviados antes das aulas para que os alunos se qualifiquem para a discussão. Por isso, apenas terão presença registrada e contada os alunos que produzirem os trabalhos solicitados para cada aula.

A nota final consistirá na soma de três notas: notas finais dos trabalhos + notas finais dos seminários + nota de presença. As três notas serão somadas e divididas por três (média simples). No final do período, os alunos que tiverem a frequência mínima e/ou não alcançarem média 7.0, farão uma prova final teórica abrangendo todo o conteúdo da disciplina.

Bibliografia básica:

BOBBIO, Norberto et al, (orgs). *Opinião Pública*, in Dicionário de Política. Brasília, Editora Universidade de Brasília, 1993.

BERMAN, Marshall. Um século em Nova York, São Paulo : Companhia das Letras, 2009.

BRITO JR., Opinião pública e public relations - A passagem das ideias às atitudes. 2017. (Pesquisa desenvolvida para aula de Opinião Pública)

----- A opinião pública e a opinião política das mulheres no Brasil. 2018. (Pesquisa desenvolvida para aula de Opinião Pública)

CHAMPAGNE, Patrick. Formar a opinião. O novo jogo político. Petrópolis, RJ: Vozes, 1996.

DUARTE, Jorge e BARROS Antonio (Orgs). Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação. São Paulo: Atlas, 2005.

FIGUEIREDO, Rubens e CERVELLINI, Silvia. O que é opinião pública. São Paulo: Brasiliense, 1996.

FUCHS, C., *Redes sociais e opinião pública*. In TripleC. 19 de fev de 2014.

GOMES, Wilson; MAIA, Rousiley. Comunicação e democracia. Problemas e perspectivas. São Paulo: Paulus, 2008.

GOMES, Wilson, Democracia digital: Que democracia?

In https://www.academia.edu/8057441/DEMOCRACIA_DIGITAL_QUE_DEMOCRACIA

HABERMAS, Jurgen. Mudança estrutural da esfera pública: investigações quanto a uma categoria da sociedade burguesa. Rio de Janeiro, Tempo Brasileiro, 2003.

KLEIN, Naomi. Sem Logo: a tirania das marcas em um planeta vendido. R. Janeiro: Record, 2002.

LIPPMANN, Walter. Opinião pública. Petrópolis, RJ: Vozes, 2008.

MAIA, Rousiley. Mídia e deliberação. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2008.

McCOMBS, Maxwell. A teoria da agenda. A mídia e a opinião pública. Petrópolis, RJ: Vozes, 2009.

WOLF, Mauro. Teorias das comunicações de massa. São Paulo: Martins Fontes, 2003.

Matérias e reportagens:

– Investigação revela exército de perfis falsos usados para influenciar eleições no Brasil, por Juliana Gragnanin, BBC, Londres. 08/12/2017

– Robôs e 'Ciborgues' estão influenciando a opinião pública, inclusive no Brasil, Por Sérgio Matsura, O Globo. 20/06/2007

– La fabrica de seguidores. NYT. Fev. 2018

– O que é um robô na web e como ele pode influenciar o debate nas redes? Especialistas explicam. Por Clara Velasco e Roney Domingos, G1. 12/12/2017

Séries:

Black Mirror – The National Anthem - Episódio 1, 1ª Temporada.

Black Mirror – Nosedive - Episódio 1, 3ª Temporada.

Madman – Episódio 1, 1ª Temporada.

Documentários:

Rubble Kings – 2016

O século do Eu – Parte 3. Walking tour of Times Square in Midtown Manhattan, New York City - 2017	
Cronograma:	
Aula	CONTEÚDO/ATIVIDADES
01 a 02	Unidade I – <i>Formação da opinião pública; o campo da comunicação e sua conexão com outros campos sociais; ideias fundamentais que constituem o conceito de opinião pública.</i>
03 a 05	Unidade II – <i>A cultura dos institutos de pesquisa e das sondagens de opinião; métodos e processos de aferição da opinião pública: noções gerais sobre pesquisa qualitativa, pesquisa quantitativa e métodos de aplicação e interpretação de pesquisas; opinião e mercado.</i>
06 a 13	Unidade III – <i>Meios de comunicação e a construção social da realidade: as mídias interativas e o fim da mensagem unidimensional. O impacto das redes sobre a formação da opinião pública. A democracia digital e emergência de novas questões no domínio da formação da opinião.</i>
14 e 15	Atendimento aos alunos.
Obs.:	

Professor: Bajonas Teixeira de Brito Junior – bbritojr@yahoo.com.br