



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

<b>Plano de Ensino</b>			
<b>Universidade Federal do Espírito Santo</b>		Campus Goiabeiras	
<b>Curso:</b> Jornalismo/ Publicidade e Propaganda			
<b>Departamento Responsável:</b> Comunicação Social			
<b>Data de Aprovação (Art. nº91):</b>			
<b>Docente Responsável:</b> Yasmin Ribeiro Gatto Cardoso			
<b>Qualificação / link para o Currículo Lattes:</b> <a href="http://lattes.cnpq.br/9667432414520706">http://lattes.cnpq.br/9667432414520706</a>			
<b>DISCIPLINA:</b> TEORIAS DA OPINIÃO PÚBLICA			<b>Código:</b> COS 04839
<b>Pré-requisito:</b>	Não possui		<b>Carga Horária Semestral:</b> 60h
<b>Créditos</b>	<b>Distribuição da Carga Horária Semestral</b>		
	<b>Teórica</b>	<b>Exercício</b>	<b>Laboratório</b>
	60		0
<b>Ementa:</b> 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.			
<b>Ao final da disciplina o aluno será capaz de:</b>  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.			
<b>Conteúdo Programático</b>  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:**

- 1) Prova Escrita (de todo o conteúdo visto desde o primeiro dia de aula até a data da prova – Vale 10 pontos.
- 2) Prova Escrita II – Vale 10 pontos
- 3) Seminário – Vale 10 pontos

A nota final será a média aritmética das três avaliações.

OBS: De acordo com as regras da Universidade, a presença é obrigatória e o mínimo para a aprovação é de 75% de frequência, isto é, 45h. Em outros termos, é possível faltar no máximo 15h aula. A chamada será realizada às 8h15 e às 11h50.

**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.
- FUCHS, C. Mídias sociais e a esfera pública. In: Contracampo, 2015.
- 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](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.

**Bibliografia complementar: (materiais complementares)**

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	CONTEÚDOS/ATIVIDADES
01 a 04	Apresentação da disciplina. <b>Unidade I</b> – Formação da opinião pública; o campo da comunicação e sua conexão com outros campos sociais; ideias fundamentais que constituem o conceito de opinião pública.
05 a 09	<b>Unidade II</b> – 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.
10 a 14	<b>Unidade III</b> – 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.
15	Encerramento da disciplina. Avaliação da dinâmica.