



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

Plano de Ensino – EARTE 2021/02			
Universidade Federal do Espírito Santo		Campus Goiabeiras	
Curso: Publicidade e Propaganda			
Departamento Responsável: Comunicação Social			
Data de Aprovação (Art. nº91): 08/11/2021			
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 diversidade de interpretações e debates em torno da pandemia de covid-19. As diferenças culturais entre Ocidente e Oriente. O direito à privacidade e individualidade em confronto com os interesses coletivos. O sucesso do Oriente e o uso extremo dos meios digitais de vigilância e organização.

Unidade III – Meios de comunicação e a construção social da realidade: 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:

Utilização da plataforma do AVA – UFES para planejamento de atividades e organização de estudantes matriculados na disciplina. Videoaulas na modalidade síncronas através do Google Meet: 2h/a por semana, CH total de 16h/a síncronas. Serão marcados encontros síncronos com os grupos de seminários, prevendo-se um total de 04 horas, para orientação dos seminários. A correlação será de aproximadamente 40 horas na modalidade de atividades assíncronas e 20 horas de aulas síncronas.

Obs: As aulas síncronas e as atividades assíncronas não terão restrição de gravação desde que utilizadas estritamente para as finalidades da disciplina. Ao aluno será facultado exercer o seu direito de não ser gravado, devendo manifestar-se expressamente nesse sentido.

Critérios/Processo de avaliação da aprendizagem:

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

- 1. Trabalhos apresentados. (02 trabalhos, valendo 5 pontos cada)**
- 2. Apresentação de seminário (1 seminário valendo 10 pontos). Os alunos do grupo do seminário farão individualmente, para a aula de apresentação, trabalhos sobre os textos com o mínimo de 04 (quatro) páginas. Cada aluno preparará o seu próprio trabalho que será avaliado para a nota. Os trabalhos serão enviados até a véspera da aula do seminário pelo AVA, tendo a finalidade de qualificar os alunos do grupo do seminário para a discussão em sala. Assim, dos 2 trabalhos previstos, um será para o seminário e outro escolhido entre os textos para tarefas assíncronas.**
- 3. Nota de presença.**
- 4. Auto-avaliação.**
- 5. Prova**

A nota final consistirá na média das cinco atividades: notas dos trabalhos + notas dos seminários + nota de presença + prova + auto-avaliação.

Aula	CONTEÚDO/ATIVIDADES
01 a 02	<i>Unidade I – Formação da opinião pública; o campo da comunicação e sua</i>

	<i>conexão com outros campos sociais; ideias fundamentais que constituem o conceito de opinião pública.</i>
03 a 07	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>
08 a 14	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>
15	Prova

AULAS SÍNCRONAS E ATIVIDADE ASSÍNCRONAS

Aulas síncronas

1. Apresentação da disciplina.
2. Bourdieu - A opinião pública não existe.
3. Contribuições para o conceito de opinião pública – Figueiredo e Cervellini.
4. Byung – No exame – Perspectivas do digital.
5. Byung – O coronavírus de hoje e o mundo de amanhã, segundo o filósofo Byung-Chul Han - Instituto Humanitas Unisinos.
- 6 - Construindo movimentos uma conversa em tempos de pandemia by Angela Davis Naomi Klein.
Aulas que ocorrerão no caso de se formarem mais que 5 grupos:
- 7 - Peter Sloterdijk, filósofo: 'Precisamos de uma declaração geral de dependência universal'.
- 8 - Djamila Ribeiro - Um acinte à memória de Marielle (polêmica com José Padilha).

Atividade assíncronas

(Incluem-se as aulas síncronas 7 e 8 na eventualidade da inexistência de grupos)

8. A opinião pública e a opinião política das mulheres no Brasil.
9. Opinião pública e public relations - A passagem das ideias às atitudes.
10. A Rede Globo, a Política e a Opinião Pública.
11. A Opinião Pública fabricada nas redes.
12. O capital financeiro no Brasil. Jessé de Souza.
13. *The Intercept* – Como e por que estamos publicando chats privados sobre a Lava Jato e Sérgio Moro.
14. Tema sugerido pelos alunos durante a disciplina.
15. Prova.

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