



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

Plano de Ensino – 2022/01			
Universidade Federal do Espírito Santo		Campus Goiabeiras	
Curso: PUBLICIDADE E PROPAGANDA			
Departamento Responsável: Comunicação Social			
Data de Aprovação (Art. nº91): 31/03/2022			
Docente Responsável: Sérgio Rodrigo Ferreira e Edgard Rebouças			
Qualificação / link para o Currículo Lattes: http://lattes.cnpq.br/6898076743592293 http://lattes.cnpq.br/2062758351699124			
Disciplina: TEORIAS DA OPINIÃO PÚBLICA			Código: COS04839
Pré-requisito:	Não possui.		Carga Horária Semestral: 60h
Créditos 4	Distribuição da Carga Horária Semestral		
	Teórica	Exercício	Laboratório
	60	0	0
Ementa: Opinião pública: raízes históricas do conceito. Tipo de comportamento coletivo. Multidão e massa. Conceituação de público e de opinião pública. Natureza, formação e conteúdo da opinião pública. Pesquisa de opinião pública.			
Objetivos: <ul style="list-style-type: none">• Compreender os efeitos e conceituar opinião pública, esfera pública, público, intersubjetividade, administração do consenso social, liderança de opinião, pesquisas de opinião, manipulação e modulação comportamental, câmara de ecos, capital social e outros.• Estimular a capacidade do estudante de buscar, processar e analisar informações que contribuam para a conformação de uma visão crítica e uma atitude criativa diante da complexidade do mundo contemporâneo;• Promover o debate de temas relevantes para a compreensão das transformações do mundo contemporâneo, especialmente no que diz respeito a<ol style="list-style-type: none">a) processos e perspectivas na esfera pública política, no mundo e no Brasil;b) mutações contemporâneas no campo midiático, caracterizando estes cenários nos contextos políticos brasileiro e mundial;• Sistematizar um conjunto de autores (artistas, pensadores, cientistas) — e seus respectivos trabalhos — que ajudem a estruturar o entendimento da questão da opinião pública na contemporaneidade.			

Conteúdo Programático:

MÓDULO 1 – OPINIÃO PÚBLICA - CONCEITO E PERSPECTIVAS TEÓRICAS

O Conceito de Opinião Pública e seu histórico

Público, Subjetividade e Intersubjetividade (Tarde)

Opinião Pública e mídia: Administração do consenso social e Líderes de Opinião (Lippmann, Harold Lasswell, Bernard Berelson e Paul Lazarsfeld)

Esfera Pública (Habermas)

Pesquisa de Opinião e suas problemáticas (Bourdieu)

Relação de poder e verdade (Foucault)

Emoção, ruptura e crise (Castells)

Da manipulação à modulação: opinião pública e algoritmos

MÓDULO 2 – QUESTÕES CONTEMPORÂNEAS DE OPINIÃO PÚBLICA POLÍTICA

Fake News e desinformação

Pânico moral

Filtros Bolhas e Câmaras de Ecos

Gênero e Opinião Pública

Populismo e o novo ecossistema mediático

Metodologia:

1. Debates sobre a bibliografia referenciada mobilizados por questões do professor e a implicação dos estudantes;
2. Aula expositiva, subsidiada pela bibliografia, seguida de intervenções e debates;
3. Atividades de leitura crítica sobre questões contemporâneas apresentadas pelos estudantes a partir da construção junto aos textos teóricos e debates do componente.

Critérios/Processo de avaliação da aprendizagem:

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

1. Comentadores: a partir de uma programação prévia, alguns estudantes acompanharão o professor e provocarão o debate acerca do texto discutido. Ponto = 4.
2. Prova: Avaliação escrita sobre as teorias tratadas no componente. Ponto = 4.
3. Participação ativa em sala de aula. Ponto = 2.

A nota final consistirá na soma simples dos três critérios.

Cronograma:

MÓDULO 1 – OPINIÃO PÚBLICA - CONCEITO E PERSPECTIVAS TEÓRICAS

AULA 1 - 21/abr – Feriado de Tiradentes

AULA 2 - 28/abr – Apresentação do programa. O Conceito de Opinião Pública. Texto de referência: “A Opinião Pública” (AZAMBUJA, 2005). Separação e escolha das datas e temas dos comentadores.

AULA 3 - 05/mai – Subjetividade e Intersubjetividade e Inconsciente coletivo. Texto de referência: “Público, Subjectividade e Intersubjectividade em Gabriel Tarde” (ANTUNES, 2001)

AULA 4 - 12/mai - Opinião Pública e mídia: Administração do consenso social e Líderes de Opinião. Texto de referência: “O conceito de opinião pública na teoria da comunicação” (MARTINO; MARQUES, 2020)

AULA 5 - 19/mai - A Esfera Pública. Texto referência: “Apontamentos sobre o conceito de esfera pública política” (GOMES, 2006)

AULA 6 - 26/mai – Problematizando a Pesquisa de Opinião. Texto de referência: “A Opinião pública não existe” (BOURDIEU, 1973)

AULA 7 - 02/jun – Relação de poder e verdade. Texto de referência: “Verdade e poder” (FOUCAULT, 2007)

AULA 8 - 09/jun – Emoção, ruptura e crise. Texto de referência: “A crise de legitimidade política: Não nos representam” (CASTELLS, 2017)

AULA 9 - 16/jun – Feriado Corpus Christ

AULA 10 - 23/jun – Da manipulação à modulação: opinião pública e algoritmos. Texto referência: “A noção de modulação e os sistemas algorítmicos” (SILVEIRA, 2019)

MÓDULO 2 – QUESTÕES CONTEMPORÂNEAS DE OPINIÃO PÚBLICA POLÍTICA

- AULA 11 - 30/jun - Fake News e desinformação. Texto referência: "O facto falso" (SODRÉ, 2019)
- AULA 12 - 07/jul – Pânico moral. Texto referência: “Pânicos morais e controle social” (MISKOLCI, 2007)
- AULA 13 - 14/jul - Filtros Bolhas e Câmaras de Ecos. Texto referência: “Algoritmos e redes sociais: a propagação de fake news na era da pós-verdade” (AMARAL; SANTOS, 2019)
- AULA 14 - 21/jul - Gênero e Opinião Pública. Texto referência: “Capital social, gênero e representação política no Brasil” (SACCHET, 2009)
- AULA 15 - 28/jul - Populismo e o novo ecossistema mediático. Texto referência: "Em nome do povo" (PRIOR, 2019)
- AULA 16 - 04/ago - Avaliação
- AULA 17 - 11/ago - Resultados finais
- AULA 18 - 18/ago - Prova final

Bibliografia por aula:

- 1 - [Feriado de Tirandentes]
- 2 - AZAMBUJA, Darcy. A opinião pública. In: **Introdução à ciência política**. São Paulo: Globo, 2005. p. 259-263
- 3 - ANTUNES, Marco António. Público, Subjectividade e Intersubjectividade em Gabriel Tarde. **Bocc**, 2001. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/antunes-marco-gabriel-tarde.pdf>>. Acesso em 29 mar. 2022.
- 4 - MARTINO, Luiz Mauro Sá; MARQUES, Ângela Cristina Salgueiro. O conceito de opinião pública na teoria da comunicação: genealogias e modos de abordagem. **Organicom**, [S. l.], v. 17, n. 33, p. 62-79, 2020. DOI: 10.11606/issn.2238-2593.organicom.2020.170189. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/organicom/article/view/170189>. Acesso em: 29 mar. 2022.
- 5 - GOMES, Wilson. Apontamentos sobre o conceito de esfera pública política. In: MAIA, Rousiley; CASTRO, Maria Ceres P. (Org.). **Mídia, esfera pública e identidades coletivas**. 1. ed. Belo Horizonte: UFMG, 2006, p.49-62.
- 6 - BOURDIEU, Pierre. A opinião pública não existe. In: THIOLENT, M.. **Crítica metodológica, investigação social e enquete operária**. 4 ed.. São Paulo: Polis, 1987. p. 137-151.
- 7 - FOUCAULT, Michel. “Verdade e Poder”. In: **Microfísica do poder**. Tradução e organização de Roberto. Machado. 24ª edição. Rio de Janeiro: Ed. Graal, 2007.
- 8 - Castells, Manuel. A crise de legitimidade política: Não nos representam. In: **Ruptura: A crise da democracia liberal**. Rio de Janeiro: Ed. Zahar, 2017.
- 9 - [Feriado Corpus Christ]
- 10 - AMADEU DA SILVEIRA, S.. A noção de modulação e os sistemas algorítmicos. **Paulus: revista de comunicação da Fapcom**, 3(6), 2019.
- 11 - SODRÉ, Muniz. Ofacto falso. In: FIGUEIRA, J.; SANTOS, S. (org.). **As Fake News e a nova ordem (des)informativa na era da pós-verdade**. Coimbra: University Press, 2019.
- 12 - MISKOLCI, R.. Pânicos morais e controle social – reflexões sobre o casamento gay*. **Cadernos Pagu**, (28), 2016. p. 101–128. Disponível em <<https://periodicos.sbu.unicamp.br/ojs/index.php/cadpagu/article/view/8644798>>
- 13 - AMARAL, Inês; SANTOS, Sofia José . Algoritmos e redes sociais: a propagação de fake news na era da pós-verdade. In: FIGUEIRA, J.; SANTOS, S. (org.). **As Fake News e a nova ordem (des)informativa na era da pós-verdade**. Coimbra: University Press, 2019.
- 14 - SACCHET, T. Capital social, gênero e representação política no Brasil. **Opinião Pública**, 15(2), 2015. p. 306–332. Disponível em <<https://periodicos.sbu.unicamp.br/ojs/index.php/op/article/view/8641333>>
- 15 - PRIOR, Hélder. Em nome do povo: o populismo e o novo ecossistema mediático. In: FIGUEIRA, J.; SANTOS, S. (org.). **As Fake News e a nova ordem (des)informativa na era da pós-verdade**. Coimbra: University Press, 2019.