

PLANO DE ENSINO

PROGRAMA (Ficha Nº 2 – parte variável)

Disciplina: TEORIA DA OPINIÃO PÚBLICA

Código: OC316

Pré-requisito: não tem.

Natureza: Semestral (X)

Anual: ()

Carga horária: Aulas teóricas: 30 horas.

Total: 60 horas.

Aulas práticas: 30 horas.

Créditos: 04

OBJETIVOS:

1. Compreender os conceitos de opinião pública; 2. Identificar e compreender a opinião pública; 3. Dominar conceitos, mecanismos e instrumentos relativos à atuação dos meios de comunicação na esfera pública 4. Aprender a criticar, propor e planejar projetos de opinião pública; 5. Desenvolver projeto de pesquisa de opinião pública.

PROGRAMA:

Unidade I

Origem e evolução do conceito de opinião pública.

Campo midiático e a opinião pública.

A opinião pública na sociedade em rede.

Unidade II

A centralização dos meios de comunicação e o controle e manipulação da opinião pública

A descentralização das mídias emergentes e a força da opinião pública

Unidade III

O papel do profissional de relações públicas na formação da opinião pública.

Opinião pública e as interfaces com as organizações

Participação, motivação, isolamento e liderança e suas influências na opinião pública.

Unidade IV

A opinião pública como procedimento metodológico

Modelos de pesquisa

Noções básicas de análise de conteúdo, análise argumentativa, análise de discurso, análise retórica e análise de imagem.

PROCEDIMENTOS DIDÁTICOS:

a) aulas expositivas; b) estudos dirigidos de textos; c) apresentação de seminários;

FORMAS DE AVALIAÇÃO:

- Prova, atividades individuais e em grupo = 100 pontos

- Seminário e trabalho escrito sobre os meios e a opinião pública = 100 (S) + 100 (T)

BIBLIOGRAFIA MÍNIMA:

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

BARICHELLO, Eugenia. **Campo midiático, opinião pública e legitimação**. In: Comunicação e Cultura Midiática. Santa Maria: FACOS/UFSM, 2003. Disponível em: <http://goo.gl/nwloHh>

LATIMORE, Dan; BASKIN, Otis; HEIMAN, Suzette; TOTH, Elizabeth. **Relações Públicas:**



SACOD

SETOR DE ARTES, COMUNICAÇÃO E DESIGN

Coordenação do Curso de Comunicação Social

Profissão e Prática. Porto Alegre: AMGH Editora, 2012.

LIPPMAN, Walter. **Opinião Pública**. Petrópolis: Editora Vozes, 2008.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

BRIGGS, A. E BURKER, P. Uma história social da mídia: De Gutenberg à Internet. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2004

TARDE, Gabriel. **A Opinião e as Massas**. São Paulo: Martin Fontes, 1992.

DUARTE, Jorge; BARROS, Antonio (orgs). Métodos e Técnicas de Pesquisa em Comunicação. São Paulo: Editora Atlas, 2006.

Validade: 2º semestre.

Ano: 2016.

Professor: Claudia Irene de Quadros.

Chefe do Departamento: