

Ano 5 Nº 9 2º Semestre / 98

# LOGOS

COMUNICAÇÃO & UNIVERSIDADE



9

## Opinião Pública e Pesquisa de Opinião

ISSN 0104-9933



FACULDADE DE COMUNICAÇÃO SOCIAL

# LOGOS

## 9

### Opinião Pública e Pesquisa de Opinião



# Sumário

## APRESENTAÇÃO

Héris Arnt.....	4
-----------------	---

## PESQUISA E MERCADO

### Opinião pública nos Estados Unidos: idealismo ingênuo em processo

Larry Powell e Eduardo Neiva .....	5
------------------------------------	---

### Opinião pública, cidade e contemporaneidade: por uma teoria de base à comunicação social

Ricardo Ferreira Freitas .....	10
--------------------------------	----

### A pesquisa e a pequena empresa

Janete Oliveira .....	13
-----------------------	----

### Contribuição para o estudo de públicos de RP

Lúcia M. Duarte .....	20
-----------------------	----

### A política mercadológica

Mônica Machado.....	22
---------------------	----

### O consumo como ethos contemporâneo: dos paradoxos à mecânica de sedução

Luciane Lucas.....	26
--------------------	----

## OPINIÃO E CIDADANIA

### Televisão e pesquisa de opinião: a ditadura dos índices numéricos de audiência

Antônio Cláudio Brasil .....	31
------------------------------	----

### A imprensa, a cidadania e a formação da opinião pública

João Pedro Dias Vieira.....	35
-----------------------------	----

### Cidadania tecnológica

Juremir Machado da Silva .....	40
--------------------------------	----

### Espaço privado, espaço da mídia e opinião pública

Regina Glória Nunes de Andrade .....	45
--------------------------------------	----

## TEORIAS DO JORNALISMO

### Ciências da natureza e teoria do jornalismo: algumas perspectivas recentes

Nilson Lage .....	49
-------------------	----

### A narrativa jornalística dos manuais de redação: o sujeito-identidade

Izabel Leventoglu.....	57
------------------------	----

# Apresentação

O número 9 da Logos apresenta uma série de ensaios que tratam do tema pesquisa de opinião, com o objetivo de apresentar dois setores da Faculdade de Comunicação Social que conseguiram alta eficiência em suas áreas específicas: o Laboratório de Pesquisa Mercadológica e Opinião Pública (LPO) e o Curso de Especialização em Pesquisa de Mercado e Opinião. Grande parte dos artigos foi escrita por professores e especialistas que de alguma forma estão ligados à FCS. Foi assim com o artigo de dupla autoria escrito pelo americano Larry Powell e por Eduardo Neiva, que fazem uma revisão do estado da pesquisa de opinião na cultura americana. Enquanto Janete de Oliveira mostra a importância da pesquisa para a tomada de decisões empresariais, transitando pelo conhecimento que o LPO adquiriu na área de assessoria ao pequeno e médio empresário, Lúcia Duarte propõe um outro conceito e sistema de classificação de públicos, baseando-se nos novos modos de relações sociais. Ricardo Freitas, numa abordagem conceitual, defende a necessidade de uma teoria que corresponda às questões que emergem na atualidade, ao mesmo tempo globalizada e fragmentada. E Mônica Machado trata de um ponto fundamental da pesquisa de opinião: as sondagens no processo eleitoral brasileiro.

Uma das temáticas tratadas está vinculada ao gerenciamento da sociedade, já que, na contemporaneidade, a pesquisa tem sido a única fonte de aferição da opinião pública. João Pedro Dias Vieira, partindo da necessidade social da informação, defende o postulado da formação da opinião pública como princípio básico de cidadania, mostrando o papel essencial da imprensa nesse processo. O artigo de Antônio Cláudio Brasil analisa a influência das pesquisas sobre a programação televisiva e sobre o comportamento dos telespectadores. O autor sugere parâmetros qualitativos de avaliação, a serem desenvolvidos pelos segmentos representativos da sociedade. E Juremir Machado da Silva examina o imaginário social do ponto de vista da construção da cidadania diante das inovações tecnológicas, trazendo três categorias: as tecnologias do imaginário, os imaginários tecnológicos e a cidadania virtual.

Porém, este número da Logos não trata apenas desses temas. Luciane Lucas reflete sobre o consumo pelo viés da exclusão/assimilação e seus efeitos na sociedade de massa. Nilson Lage, por sua vez, apresenta as teorias surgidas nas ciências da natureza, investigando as suas possíveis aplicações para a compreensão dos mecanismos de produção e fruição de informação jornalística. Izabel Leventoglu partindo do estudo da narrativa jornalística, considera que a mídia, ao incutir no sujeito símbolos e sistemas de representações, reduz a experiência singular do indivíduo à determinada pela produção midiática. Encerrando a série de artigos, Regina Andrade, com o suporte da concepção freudiana, constata que a libido projeta-se sobre os meios de comunicação social, deslocando o juízo crítico e condicionando a opinião pública.

Finalmente, este número da Logos tem para nós uma grande significação. Estamos encerrando com ele o ano de 1998. Em menos de um ano e meio publicamos cinco números da revista, o que é um esforço considerável para a FCS/UERJ, que vem assumindo sem apoio externo os custos da produção editorial. Aqui cabe um agradecimento aos colaboradores, não somente aos desta edição, mas a todos aqueles que nos ajudaram a atualizar a periodicidade da publicação. A próxima Logos sairá no ano da data de capa.

Héris Arnt  
Editora

---