

A CONSTRUÇÃO DO OBSERVATÓRIO DE COMUNICAÇÃO PÚBLICA



Lisiane Corcine Fialho Perfeito
lisiane.perfeito@gmail.com
Prof^a. Dr^a. Maria Helena Weber
(orientadora)

INTRODUÇÃO

Este trabalho apresenta o processo de criação, construção e implementação do site Observatório de Comunicação Pública (OBCOMP), a partir dos investimentos financeiros, técnicos e funcionais do CNPq, Fabico, PPGCOM e CPD/UFRGS.

OBJETIVO

Monitorar temas de interesse público e a sua repercussão em meios de comunicação de massa, na sociedade e em sistemas de comunicação governamental; promover debates relacionados a temas de interesse público e disponibilizar a produção científica sobre comunicação pública ou assuntos relacionados.

METODOLOGIA

Captura, classificação e acessibilidade aos dados e informações sobre a circulação de políticas e temas de interesse público, sistemas de comunicação do Estado, meios públicos de comunicação e campanhas públicas.

EDITORIAS

NOTÍCIAS

Um grupo de jornalistas é responsável pela publicação de notícias sobre temas e questões que geram debate público.

EVENTOS

Divulgação de eventos acadêmicos nacionais e internacionais do campo da comunicação, comunicação pública e comunicação política.

CAMPANHAS DE INTERESSE PÚBLICO

Campanhas publicitárias sobre temas de interesse público, criadas e veiculadas tanto por agentes públicos como privados.

TEXTOS E OPINIÕES

Espaço destinado à textos inéditos com conteúdos que permitem a reflexão sobre os processos de comunicação constituídos pela sociedade, pela mídia ou pelo Estado.

VÍDEOS

Conteúdos em audiovisual produzidos pelo OBCOMP para difusão.

INSTITUIÇÕES E LEGISLAÇÃO

Grupos de pesquisa; observatórios; associações; estruturas dos poderes Executivo, Legislativo e Judiciário; mídias públicas e a legislação.

BIBLIOTECA

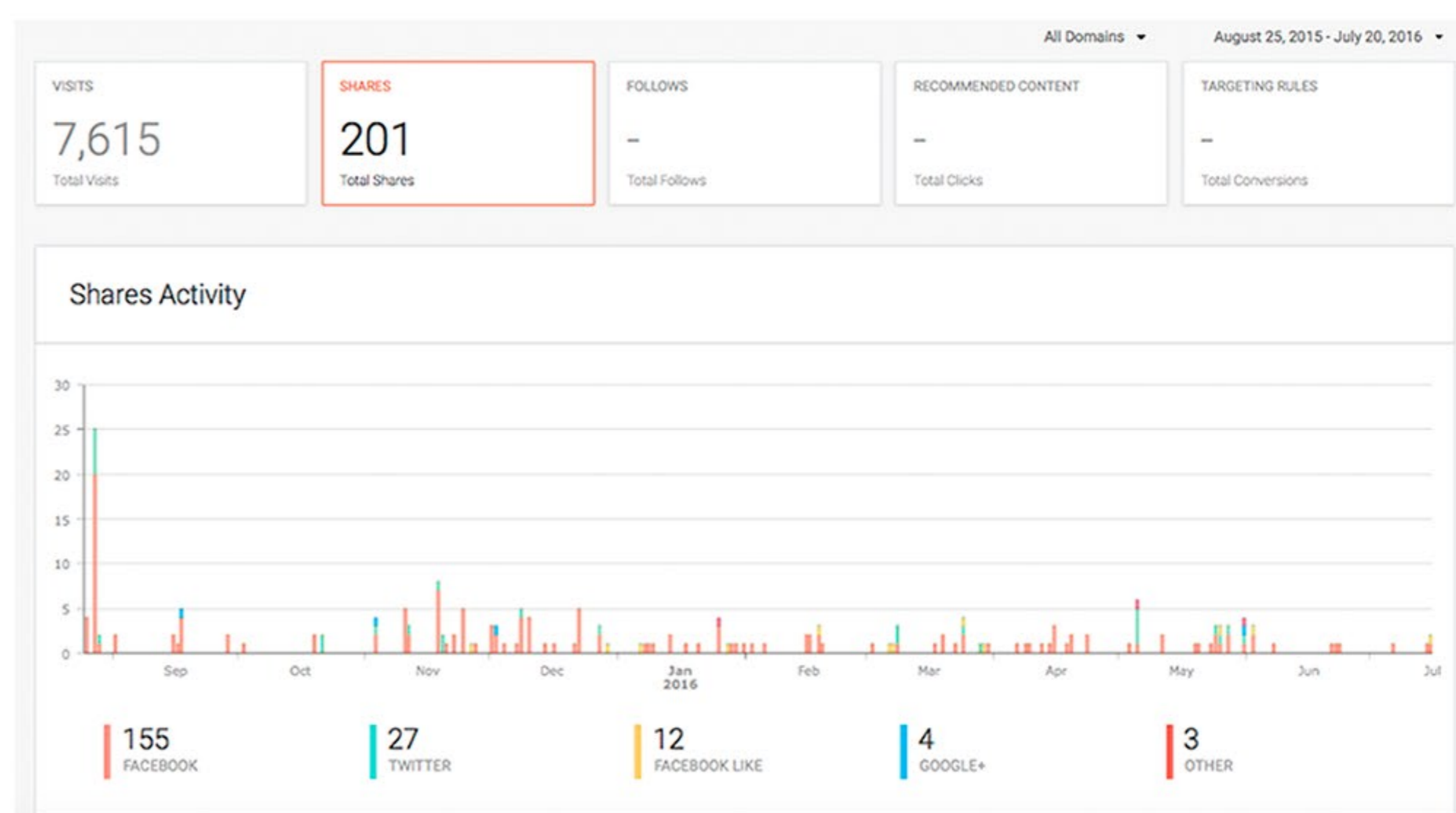
Livros, artigos acadêmicos, teses, dissertações e periódicos relacionados às áreas de Comunicação Pública, Democracia Digital, Deliberação, Mídias, Comunicação Governamental, Informação, Política e Opinião Pública.

Figura 1 - Página inicial do OBCOMP



Fonte: www.ufrgs.br/obcomp

Figura 2 - Visitas de usuários



Desde o início da atuação do Observatório da Comunicação Pública (agosto de 2015) a julho de 2016, o site do projeto contabilizou 7.615 visitas de usuários

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A implementação do Observatório de Comunicação Pública permite acompanhar, monitorar, ampliar e tornar acessível o debate sobre temas constitutivos da qualidade da democracia por gerarem um debate mobilizador de interesses públicos e privados.

REFERÊNCIAS

- BERGER, P.L.;LUCKMANN,T. A construção social da realidade- tratado de sociologia do conhecimento. Petrópolis (RJ): 24a.ed. 2004. Companhia das Letras, 2014.
- BRAGA, José Luiz. A sociedade enfrenta sua mídia. Dispositivos sociais de crítica midiática. São Paulo: Paulus, 2006.
- CHRISTOFOLETTI, Rogério e GONZAGA, Luis, org. Observatórios de mídia. Olhares de cidadania. São Paulo: Paulus, 2008.
- ESTEVES, J. P.Sociologia da Comunicação. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian, 2011.
- GOMES, W; MAIA, R.C.M. Comunicação e democracia: Problemas & Perspectiva. São Paulo: Paulus, 2008.
- TELLEZ, Maria Patrícia. Observatórios e Ouvidorias: Experiências de crítica midiática e da participação da cidadania na América Latina. Porto Alegre: PPGCOM/UFRGS,2014
- WEBER, Maria Helena. Estratégias da comunicação de Estado e a disputa por visibilidade e opinião. In: **Comunicação Pública, sociedade e cidadania**. São Caetano do Sul, SP: Difusão Editora, 2011