

REUNIÃO DO CNPq SOBRE AS NOVAS ÁREAS DO CONHECIMENTO

São Paulo, ECA-USP – 20 e 21 de maio de 2005

Resultados da discussão

1. Grande Área

Neste momento não é possível nos pronunciarmos, embora notem-se problemas na denominação. A comunidade quer discutir até o final da data.

2. Princípios de convergência para orientar classificação da área

- Princípio epistemológico
- Princípio da autonomização de campos
- Princípio da “realidade”
- Princípio de campos “emergentes”

3. Eixos organizadores da área

- Teorias e Metodologias
- Fazeres e Linguagens
- Diálogos e Interfaces

4. Área, subáreas e especialidades

Área – 6.09.00.00-8 – Comunicação

6.09.01.00-8 - Epistemologia da Comunicação

6.09.01.01-8 - Teorias da Comunicação

6.09.01.02-8 - Teorias da Recepção

6.09.01.03-8 - Semiótica da Comunicação

6.09.01.04-8 - História da Comunicação

6.09.01.05-8 - Metodologias da Comunicação

6.09.01.06-8 - Ensino de Comunicação

6.09.02.00-8 - Cinema e Audiovisual

- 6.09.02.01-8 - História do Cinema
- 6.09.02.02-8 - Cinema Brasileiro
- 6.09.02.03-8 - Cinema Mundial
- 6.09.02.04-8 - Análise Fílmica
- 6.09.02.05-8 - Videoarte
- 6.09.02.06-8 - Roteiro, Produção, Direção e Edição Cinematográficas
- 6.09.02.07-8 - Economia e Gestão do Cinema e Audiovisual

6.09.03.00-8 - Rádio e Televisão

- 6.09.03.01-8 - Teoria do Rádio
- 6.09.03.02-8 - Teoria da Televisão
- 6.09.03.03-8 - História do Rádio
- 6.09.03.04-8 - História da Televisão
- 6.09.03.05-8 - Linguagens e Formatos Radiofônicos
- 6.09.03.06-8 - Linguagens e Formatos de Televisão
- 6.09.03.07-8 - Produção Radiofônica
- 6.09.03.08-8 - Produção Televisiva
- 6.09.03.09-8 - Ficção Televisiva
- 6.09.03.10-8 - Rádioarte
- 6.09.03.11-8 - Modelos de Rádio e TV

6.09.04.00-8 - Jornalismo

- 6.09.04.01-8 - Teorias do Jornalismo
- 6.09.04.02-8 - História do Jornalismo
- 6.09.04.03-8 - Jornalismo Especializado
- 6.09.04.04-8 - Ética e Deontologia do Jornalismo
- 6.09.04.05-8 - Economia e Gestão do Jornalismo
- 6.09.04.06-8 - Jornalismo como Profissão
- 6.09.04.07-8 - Modelos e Produtos Jornalísticos
- 6.09.04.08-8 - Formatos e Gêneros Jornalísticos

6.09.05.00-8 - Relações Públicas e Comunicação Organizacional

- 6.09.05.01-8 - Teorias de Relações Públicas e Comunicação Organizacional
- 6.09.05.02-8 - História
- 6.09.05.03-8 - Políticas e Estratégias
- 6.09.05.04-8 - Gestão de Processos de Comunicação Organizacional
- 6.09.05.05-8 - Retórica e Discursos Institucionais
- 6.09.05.06-8 - Ética

6.09.06.00-8 - Publicidade e Propaganda

- 6.09.06.01-8 - Teorias de Publicidade e Propaganda
- 6.09.06.02-8 - História
- 6.09.06.03-8 - Linguagem Publicitária
- 6.09.06.04-8 - Ética e Defesa do Consumidor
- 6.09.06.05-8 - Comunicação Mercadológica
- 6.09.06.06-8 - Criação Publicitária

6.09.07.00-8- Editoração e Cultura do Impresso

- 6.09.07.01-8 - Sistemas e Processos Editoriais
- 6.09.07.02-8 - História Editorial
- 6.09.07.03-8 - Economia Editorial
- 6.09.07.04-8 - Design Gráfico
- 6.09.07.05-8 - Autoria e Direitos Autorais
- 6.09.07.06-8 - História do Livro
- 6.09.07.07-8 - Práticas Sociais de Leitura

6.09.08.00-8 - Cibercultura

- 6.09.08.01-8 - Comunicação em Rede
- 6.09.08.02-8 - Processos Interativos e Imersivos
- 6.09.08.03-8 - Interfaces Digitais
- 6.09.08.04-8 - Culturas Tecnológicas

6.09.09.00-8 - Cultura Midiatizada (incorpora Comunicação e Cultura) Ainda em processo de formalização

- 6.09.09.01-8 -
- 6.09.09.02-8 -
- 6.09.09.03-8 -

6.09.10.00-8 - Comunicação e Interfaces

- 6.09.10.01-8 - Comunicação e Política
- 6.09.10.02-8 - Comunicação e Educação
- 6.09.10.03-8 - Comunicação e Arte
- 6.09.10.04-8 - Comunicação e Economia