

Intercom defende mudanças junto à Capes e ao CNPq

Representantes da *Intercom*, do Fórum Nacional de Professores de Jornalismo (FNPJ), da Sociedade Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo (SBPJor) e da Federação Nacional dos Jornalistas (Fenaj), respectivamente, Nélia Del Bianco, Luiz Martins da Silva, Elias Machado, Luiz Gonzaga Motta e Iran Alfaya mantiveram encontro em Brasília, no último mês de outubro, com o presidente da Comissão Mista CNPq/Capes/Finep, Manuel Domingos Meto, para solicitar que prevaleça na nova Tabela de Áreas do Conhecimento (TAC), em fase final de elaboração, o chamando "Consenso de São Paulo" no que se refere à área de Comunicação. Na proposta em discussão pela Comissão, não constavam entre as subáreas de Comunicação campos de conhecimento tradicionais como Jornalismo, Rádio e Televisão.

Durante o encontro, o professor Manuel Domingos argumentou ser impraticável que a área de Comunicação tenha dez subáreas, como foi proposto pelo documento enviado à Comissão pela representante da área de Comunicação junto ao CNPq, professora Maria Immacolata Vassallo de Lopes. Por essa razão, ele solicitou às entidades participantes do encontro esforços no sentido de evitar que esse campo não fique pulverizado de subáreas, pois, segundo argumentou, isso dificultaria o trabalho das agências de fomento, dos respectivos comitês assessores e na própria distribuição de processos, por parte dos escalões técnicos, para julgamento dos pares.

O presidente da Comissão da TAC lamentou várias vezes os mal-entendidos decorrentes da localização do Jornalismo entre as especialidades da nova tabela. Disse que recebeu mais de "três mil mensagens de jornalistas inconformados". Os autores das queixas, segundo ele, não leram o documento sobre a nova tabela, não entenderam qual seria a sua função e muitas vezes foram injustos nas críticas, pois não havia por parte da Comissão nenhuma intenção de "rebaixar" qualquer área. Entende Manuel Domingos que classificar um campo do conhecimento como especialidade não significa rebaixá-lo, ao contrário, até torna

mais fácil o trabalho de julgamento das propostas de pesquisas, bolsas e auxílios.

Os representantes de entidades da área de Comunicação argumentaram que a exclusão do Jornalismo como subárea não condiz com o crescimento desse campo no Brasil, especialmente no que se refere à produção acadêmica e à organização institucional. Explicaram, ainda, que a área não se reconhecia na proposta de classificação em discussão porque algumas das subáreas constantes da TAC não espelhavam a complexidade e a diversidade desse campo de conhecimento, além de promover uma ruptura com a tradição dos estudos na área.

Diante dessas ponderações, o professor Manuel Domingos concordou em receber uma nova proposta consensual da área de Comunicação desde que tivesse menor número de subáreas, passando das dez propostas pelo "Consenso de São Paulo" para, no máximo, seis, além de sugestões de mudanças nas especialidades da tabela.

Com base nessa orientação, uma nova proposta da área de Comunicação para a Tabela das Áreas de Conhecimento foi definida em reunião realizada em 31 de outubro, na Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo. Participaram da reunião, os representantes de área no CNPq, Maria Immacolata Vassallo de Lopes, e na Capes, Marcius Freire; o presidente da Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação (*Intercom*), José Marques de Melo; da Associação Brasileira dos Pesquisadores em Jornalismo (SBPJor), Elias Machado; da Sociedade Brasileira de Estudos de Cinema e Audiovisual (Socine), José Gatti e do Fórum Brasileiro de Ensino de Cinema e Audiovisual (Forcine), Maria Dora Mourão. A Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação (Compós) e o Fórum Nacional de Professores de Jornalismo (FNPJ) enviaram propostas que serviram como parâmetro das discussões, mas não puderam comparecer na reunião.

Os participantes chegaram à posição consensual definida a partir das contribuições das sociedades científicas e das associações acadêmicas da área, propondo que a Área da Comunicação esteja classificada em seis subáreas e 232 especialidades, conforme tabela a seguir. (*Nélia R. Del Bianco*)

Grande área: Ciências sociais aplicadas

Subáreas

1. Cibercultura e tecnologias da comunicação
2. Comunicação audiovisual: cinema, rádio e televisão
3. Comunicação organizacional, relações públicas e propaganda
4. Jornalismo e editoração
5. Mediações e interfaces comunicacionais
6. Teorias da comunicação

Especialidades

- | | |
|--|--|
| 1. Análise Filmica e das Formas Audiovisuais | 29. Comunicação e Música |
| 2. Animação | 30. Comunicação e Política |
| 3. Antropologia da Comunicação | 31. Comunicação Organizacional |
| 4. Arquitetura da Informação | 32. Comunicação Persuasiva |
| 5. Arte e Mídia | 33. Comunicação Regional |
| 6. Artecomunicação | 34. Comunicação Rural |
| 7. Autoria e Direitos Autorais | 35. Comunicação e Saúde |
| 8. Bibliologia | 36. Comunicação e Sociabilidade |
| 9. Cenografia | 37. Comunicação e Sociedade |
| 10. Cibercultura | 38. Comunicação e Subjetividade |
| 11. Cibercomunicação | 39. Comunicação em Rede |
| 12. Ciberentretenimento | 40. Comunicação institucional |
| 13. Cinejornalismo | 41. Comunicação Mercadológica |
| 14. Cinema Brasileiro | 42. Comunicação Política |
| 15. Cinema Estrangeiro | 43. Comunicação Pública |
| 16. Comunicação Ambiental | 44. Comunicação Religiosa |
| 17. Comunicação Científica | 45. Comunicação Sindical |
| 18. Comunicação Comunitária | 46. Consumos Culturais |
| 19. Comunicação e Arte | 47. Criação e Produção de Bens Culturais |
| 20. Comunicação e Consumo | 48. Criação Cinematográfica |
| 21. Comunicação e Cultura | 49. Criação Publicitária |
| 22. Comunicação e Discurso | 50. Criação Radiofônica e Televisiva |
| 23. Comunicação e Educação | 51. Criação Videográfica |
| 24. Comunicação e Entretenimento | 52. Crítica da Mídia |
| 25. Comunicação e Exensão Florestal | 53. Cultura de Consumo |
| 26. Comunicação Eclesial | 54. Cultura Digital |
| 27. Comunicação Empresarial | 55. Cultura do Impresso |
| 28. Comunicação Internacional | 56. Culturas e Modos de Vida |

57. Culturas Globais, Nacionais, Regionais, Locais e Glocais
58. Culturas Tecnológicas
59. Design Gráfico
60. Direção de Atores
61. Direção de Cinema e Audiovisual
62. Divulgação Científica
63. Direito da Comunicação
64. Documentário
65. Dramaturgia
66. Economia da Comunicação
67. Economia da Cultura
68. Economia e Gestão de Cinema e Audiovisual
69. Economia e Gestão do Jornalismo
70. Economia Editorial
71. Economia Política da Comunicação
72. Economia política e Legislação do Audiovisual
73. Edição de Cinema e Audiovisual
74. Editoração Eletrônica
75. Educomunicação
76. Ensino da Comunicação
77. Ensino do Jornalismo
78. Epistemologia da Comunicação
79. Estereografia
80. Estérica da Comunicação
81. Estéticas do Cinema e do Audiovisual Brasileiro
82. Estéticas e Linguagens do Audiovisual
83. Estratégias da Comunicação
84. Estudo de Mercado
85. Estudos Culturais
86. Estudo de Mídia
87. Ética da Comunicação
88. Ética e Defesa do Consumidor
89. Ética e Deontologia das Relações Públicas e das Organizações
90. Ética e Deontologia do Jornalismo
91. Ética e Informação
92. Ficção Radiofônica
93. Filosofia da Comunicação
94. Folkcomunicação
95. Formatos e Gêneros Jornalísticos
96. Fonografia
97. Fotografia
98. Fotografia Publicitária
99. Fotojornalismo
100. Games
101. Gêneros, Formatos e Linguagens Jornalísticos
102. Gêneros radiofônicos
103. Gêneros Televisivos
104. Gêneros Cinematográficos
105. Gestão da Cultura
106. Gestão de Processos de Comunicação Organizacional
107. Gestão Publicitária
108. Hemerografia
109. Hiper mídias
110. História da Comunicação
111. História da Editoração
112. História da Imprensa
113. História da Publicidade e da Propaganda
114. História da Televisão
115. História das Relações Públicas e da Comunicação Organizacional
116. História do Cinema
117. História do Jornalismo
118. História do Livro
119. História do Rádio
120. História e Economia Editorial
121. História e Teoria do Documentário
122. História Editorial
123. História da Editoração
124. História, Estética e Linguagens do Cinema e dos Meios Audiovisuais
125. Indústria Cultural
126. Inovações tecnológicas
127. Interfaces Digitais
128. Internet
129. Interpretação Cinematográfica
130. Jornalismo Brasileiro
131. Jornalismo Comunitário
132. Jornalismo Científico
133. Jornalismo Digital
134. Jornalismo Empresarial

135. Jornalismo Especializado
136. Jornalismo On-line
137. Jornalismo Segmentado
138. Jornalismo Rural
139. Linguagem e Discursos Institucionais
140. Linguagem Publicitária
141. Linguagens e Formatos de Televisão
142. Linguagens e Formatos Radiofônicos
143. Linguagens, Gêneros e Formatos (da Radiodifusão, Televisão e Videodifusão)
144. Marketing Político
145. Meios e Redes Digitais
146. Meios Impressos
147. Mercadologia
148. Metodologias da Comunicação
149. Mídias e Conhecimento
150. Midia Digital
151. Mídias Emergentes e Alternativas
152. Midia Impressa
153. Midia Local
154. Midiologia Comparada
155. Modalidades de Organização das Culturas
156. Modelos de Rádio e Televisão
157. Modelos e Produtos Jornalísticos
158. Organização Editorial de Jornais
159. Pedagogia da Comunicação
160. Pensamento Comunicacional Latino-americano
161. Pesquisa em Audiovisual
162. Pesquisa em Jornalismo
163. Pesquisa em Publicidade
164. Pesquisa em Rádio e TV
165. Pesquisa em Relações Públicas
166. Pesquisa Videográfica
167. Políticas e Estratégias de Comunicação nas Organizações
168. Práticas Sociais de Leitura
169. Processos da Comunicação
170. Processos de Comunicação nas Organizações
171. Processos Interativos e Imersivos
172. Processos, Políticas e Estratégias de Comunicação das Organizações
173. Produção de Cinema e Audiovisual
174. Produção de Sentido
175. Produção e Gestão, Redes e Sistemas de Rádio, TV e Vídeo (comercial, governamental, público, comunitário, regional, local, segmentado)
176. Produção Radiofônica
177. Produção Televisiva
178. Psicologia da Comunicação
179. Publicidade Eleitoral
180. Quadrinhologia
181. Rádio e Televisão Especializados e Segmentados
182. Radioarte
183. Radiodifusão
184. Radiodifusão Comercial
185. Radiodifusão Comunitária
186. Radiodifusão Educativa
187. Radiojornalismo
188. Realização em Cinema
189. Realização em TV e Vídeo
190. Recepção Midiática
191. Redes e Modos de Circulação de Bens Culturais
192. Redes Globais, Nacionais, Regionais, Locais e Glocais
193. Relações Públicas Especializadas (governamentais, no terceiro setor, comunitárias)
194. Responsabilidade Social das Organizações
195. Retórica e Discursos Institucionais
196. Roteiro de Cinema e Audiovisual
197. Roteiro e Direção Cinematográficos
198. Roteiro, Produção, Direção e Edição do Cinema e do Audiovisual
199. Roteiro Radiofônico

200. Semiótica
201. Semiótica da Comunicação
202. Sistemas e Processos Editoriais
203. Sistemas Imersivos
204. Sistemas Interativos
205. Sociografia do Jornalismo
206. Sociologia da Comunicação
207. Som
208. Suportes Comunicacionais das Práticas de Comunicação das Organizações
209. Taxonomia da Comunicação
210. Tecnologias Audiovisuais
211. Tecnologias Digitais
212. Tecnologias da Imprensa
213. Telejornalismo
214. Telenovela
215. Teoria do Cinema e dos Meios Audiovisuais
216. Teoria da Comunicação Organizacional
217. Teoria da Imagem
218. Teoria do Rádio
219. Teoria da Televisão
220. Teoria e Ética do Jornalismo
221. Teorias da Publicidade e Propaganda
222. Teorias da Recepção
223. Teorias das Relações Públicas e da Comunicação Organizacional
224. Teorias do Jornalismo
225. Teorias e História da Publicidade e Propaganda
226. Valores, Comportamentos e Estilos Culturais
227. Video
228. Videoarte
229. Videodifusão
230. Videojornalismo
231. Videologia
232. Webdesign